

Estórias do Porto a Lisboa. Do local ao hiperlocal: o caso do jornal PÚBLICO

Ana Isabel Ferreira da Cunha Damião da Cunha

Relatório

de Estágio de Mestrado em Jornalismo

Nota: lombada (nome, título, ano)
- encadernação térmica -

Junho, 2021

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a
orientação científica do Professor António Granado.

Agradecimentos

A todos os jornalistas e editores do PÚBLICO, que tanto me ensinaram ao longo dos três meses de estágio, em particular ao David Pontes, à Ana Fernandes e ao Abel Coentrão. Aos meus colegas de redação, Inês Pinto da Costa e Daniel Dias, por terem tornado o PÚBLICO num lugar de belos cafés e corridas de cadeiras.

Ao meu orientador, António Granado, por toda a ajuda prestada na elaboração do relatório, e por me ter convencido, na sua primeira aula, de que este era o caminho a seguir.

À Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Aos meus colegas de mestrado (também conhecidos por “Patinhos Reais”), que tornaram a minha curta estadia em Lisboa uma viagem memorável.

Ao meu colega de reportagens, Paulo Pimenta, por toda a inspiração e amizade.

À Mariana, ao Vasco, ao Fred, à Catarina, aos “Toliquecos” e ao Pedro, por estarem sempre lá.

À minha mãe, ao meu pai, à Maria, ao Zé Mi e ao tio Paulo.

Estórias do Porto a Lisboa. Do local ao hiperlocal: o caso do jornal PÚBLICO

[Stories from Porto to Lisbon. From local to hyperlocal: the case of PÚBLICO]

Ana da Cunha

RESUMO

[ABSTRACT]

PALAVRAS-CHAVE: PÚBLICO, Jornalismo, Estágio, Jornalismo local, Jornalismo hiperlocal, Jornalismo digital, Globalização

Elaborado no âmbito do Mestrado em Jornalismo, este relatório consiste numa reflexão sobre o jornalismo local e o seu impacto na era da globalização, conjugando uma análise do seu desenvolvimento ao longo dos anos com a experiência de estágio de três meses na secção Local do jornal PÚBLICO. Tendo por base a revisão de literatura em relação ao jornalismo local e às suas possibilidades de adaptação aos meios digitais, bem como uma análise prática da realidade evidenciada no jornal PÚBLICO, este trabalho pretende expor a relevância deste tipo de jornalismo (especialmente num mundo globalizado), propondo soluções para o seu futuro.

KEYWORDS: PÚBLICO, Journalism, Internship, Local Journalism, Hyperlocal Journalism, Digital Journalism, Globalization

Written in the framework of the Master's in Journalism, this report consists in a reflection about local journalism and its impacts in the era of globalization, conjugating an analysis of its development throughout the years with the experience of a three months internship in the local section of PÚBLICO. Based on the literacy review about local journalism and its possibilities of adaptation to the digital means, this work aims to expose the relevance of this type of journalism (especially in a globalized world), proposing solutions for the future.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
<i>O Jornalismo Local</i>	4
1.1. O que é, realmente, o jornalismo local?	5
1.2. O jornalista local	6
1.3. O jornalismo local no panorama nacional.....	7
1.4. A globalização e o jornalismo local	10
1.5. A resistência do jornalismo local.....	11
<i>O Jornalismo Digital</i>	14
2.1. O novo mundo da Internet	15
2.2. A explosão de informação	16
2.3. A força das pressões económicas	17
2.4. As novas oportunidades	18
<i>Possíveis soluções para o jornalismo local (o hiperlocal)</i>	21
3.1. A tábua de salvação e a democratização das vozes	23
3.2. O hiperlocal no mundo.....	24
3.3. O blogue	25
3.4. O hiperlocal no panorama nacional.....	27
<i>O caso do PÚBLICO</i>	29
4.1. Organização e funcionamento.....	29
4.2. O potencial do jornalismo local como “regenerador” de um “espaço público local”	30
4.3. O hiperlocal como forma de preencher lacunas e dinamizar territórios	35
4.4. O estudo de caso.....	36
4.4.1. Análise do <i>online</i>	36
4.4.2. Análise do papel.....	43
4.4.3. Conclusão da análise.....	51
<i>Conclusão</i>	54
<i>Bibliografia</i>	57
<i>ANEXOS</i>	62

INTRODUÇÃO

“Nesses media dirigidos a públicos muito concretos, normalmente reduzidos, com nomes e apelidos, é onde o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social, ao pôr em contacto e ao relacionar os que informam ou opinam, escrevem editoriais e dão conselhos, com um público que não é apenas recetor, mas é também enormemente ativo, que por sua vez informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz.”, (Areal, como citado em Camponez, 2012)

“O jornalismo é a literatura da vida cívica.” (Kovach e Rosenstiel, 2014, 10)

O jornalismo local integrou o quotidiano das comunidades durante anos a fio. Os cidadãos habituaram-se a ter nos jornais um relato dos pequenos e grandes acontecimentos da sua cidade, sentindo-se, assim, parte de uma coletividade. Porém, esta realidade tem-se alterado graças ao surgimento da Internet e das novas tecnologias, que vieram transformar por completo a forma como comunicamos uns com os outros.

Hoje, somos constantemente bombardeados por notícias relativas ao mundo em que habitamos, mas cada vez menos nos revemos na informação transmitida. Por outro lado, dentro das redações, cresce o ambiente de competitividade e diminui o tempo para a produção de grandes reportagens. Assim, de forma a alimentar o fluxo noticioso (que urge ser alimentado), a ida do jornalista para o terreno torna-se memória dos tempos antigos.

Enquanto tudo isto acontece a uma velocidade surpreendente, não nos podemos esquecer ainda que, num panorama de mudança, até as palavras ganham novos sentidos. É o caso de conceitos como “local” e “comunidade”. Apesar da distância espacial, aquilo que acontece do outro lado do mundo surte efeito aqui mesmo, na “aldeia global” em que vivemos. Mas será que, apesar de inseridas nesta aldeia global, as pessoas continuam a procurar pertencer a um grupo mais restrito? Segundo Barreiro, “o local não se define por um espaço dimensionado administrativamente senão por uma estrutura social, por uma comunidade que se adscribe vitalmente a um espaço, isto é, que tem consciência dessa integração. O local, consequentemente, é um elemento orgânico de sociabilidade” (como citado em López García, 2017). Já López García (2017) adverte: “Ao sentido fundamentalmente geográfico do local,

que tem primado na maioria das concepções anteriores, é necessário acrescentar, hoje em dia, a componente afetiva, sentimental, psicológica e cultural que em potencial leva aparejada a informação de cercania” (122).

É precisamente esta noção de “local” que discutirei ao longo deste relatório, procurando perceber se, de facto, as pessoas sentem necessidade de se rever na informação de todos os dias. Neste sentido, avaliarei também a progressiva sedentarização do jornalismo, que tem levado a que os jornalistas fiquem colados às redações, onde redigem notícias a partir de comunicados, citando informação em vez de a verificarem. Tendo em conta este cenário que dificilmente será travado, discutirei também a possibilidade do hiperlocal, como forma de preencher vazios territoriais, de incentivar a produção de informação local e ainda de tornar o jornalismo local menos enviesado pelas elites políticas e económicas.

Terminada a componente letiva do Mestrado, surgiu a altura de escolha do órgão de comunicação para estágio. Não tendo dúvidas de querer estagiar na imprensa, a decisão do PÚBLICO, o meu jornal diário de referência, também não se afigurou difícil. A experiência revelou-se um verdadeiro desafio, que me confirmou que a minha grande paixão é contar histórias. Comecei a trabalhar no Local, mas acabei por trabalhar também noutras secções (Cultura, Sociedade, P3, Fugas). O Local, porém, foi a secção que mais me fascinou, pela proximidade que me permitiu estabelecer com as pessoas, pelas histórias de vida com que me cruzei, pela oportunidade de denunciar os problemas daqueles que vivem na minha cidade, o Porto. Apesar da progressiva sedentarização do jornalismo, a editora Ana Fernandes foi sempre receptiva às minhas ideias, o que me levou a trabalhar no terreno grande parte do tempo, escrevendo maioritariamente reportagens sobre a cidade. Esta experiência fez-me reconhecer, uma vez mais, a importância do jornalismo local, que defenderei ao longo destas páginas.

Assim, divido o presente relatório em quatro partes:

- Em primeiro lugar, procederei a uma revisão da literatura em relação ao jornalismo local e às suas mudanças nos últimos anos.
- Em segundo lugar, farei uma revisão da literatura em relação ao jornalismo digital e às suas possibilidades.

- Em terceiro lugar, proporei algumas soluções para o jornalismo local na era da globalização (o hiperlocal).

- Finalmente, conjugarei a base teórica com a minha experiência no PÚBLICO, de forma a perceber como é que funciona a secção Local neste diário. Neste sentido, procurarei analisar se o hiperlocal poderia ser uma solução para os desafios que o jornalismo local apresenta na atualidade.

Para tal, sugiro dois tipos de análise:

- Uma análise de todas as reportagens que escrevi ao longo do período de estágio e ao seu impacto nas comunidades locais.

- Uma análise da secção Local durante o mês de agosto, avaliando tendências de sedentarização e bipolarização em torno do Porto e Lisboa.

Este relatório tem como principal objetivo avaliar o estado atual do jornalismo local, questionando se será possível “ressuscitá-lo”, atendendo aos novos moldes do jornalismo digital.

O Jornalismo Local

“Por uma boa história, por uma boa notícia, vamos ao fim da rua, vamos ao fim do mundo.” (slogan da TSF, 1981)

Rasmus Kleis Nielsen (2015) começa *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media* de forma provocatória: “Este livro lida com o jornalismo local. Este não é um tópico *sexy*. Mas é um tópico importante, que é intelectualmente interessante, geralmente esquecido, e que merece mais atenção” (10).

O jornalismo local tem estado presente por todo o mundo, desde as comunidades rurais às mais urbanas, com os seus jornalistas dedicados ao relato quer dos eventos mundanos, quer dos eventos monumentais das suas cidades, tal como Nielsen explicita (2014). Foram os jornais locais que permitiram a disseminação de uma ideia de pertença a determinada comunidade, bem como a promoção de uma cidadania ativa, ao manterem os locais informados sobre a sua região, suscitando neles o debate público (Amaral, 2012). Estas ideias são corroboradas por Tor Clark (2013) quando nos diz que, no passado, os jornais tinham como principal propósito servir a comunidade. Porém, esta mesma ideia desmantela-se perante o cenário atual de globalização. A chegada da Internet veio alterar por completo o quadro social, com as pessoas a deslocarem-se das suas terras para novas áreas com melhores perspectivas de trabalho. Assim se quebrou a ligação entre as pessoas, e, segundo Clark, o seu interesse pelas notícias locais.

Mas a história do jornalismo de proximidade está longe de chegar a um fim. Apesar de hoje vivermos numa sociedade cada vez mais estandardizada, onde todos consumimos os mesmos produtos e procuramos os mesmos serviços, a ideia de “comunidade” continua a prevalecer, com os cidadãos sempre em busca de uma identidade. Veremos como isto acontece. Mas, primeiro, alguma contextualização...

1.1.O que é, realmente, o jornalismo local?

Segundo Cicília Peruzzo (como citada em Pedro Jerónimo, 2015), a informação de proximidade é “aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrata, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região” e que é “capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais”. Para além disso, os seus *media* são “veículos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e económicas no exercício do poder” (ibid.).

Já Camponez (2002) diz-nos que “as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projeto editorial” (103), isto é, a informação local “remete-nos para a relação entre os *media* locais e regionais com os leitores. Tem a ver também com o esforço dos media em ir ao encontro dos gostos e interesses dos seus públicos” (ibid.).

Estamos, assim, perante um jornalismo comprometido com as comunidades e os seus territórios (Jerónimo, 2015), cuja cobertura “coloca o repórter em contacto direto com o cidadão e o ajuda a resolver problemas ‘menores’ de uma cidade, de um bairro, de uma rua” (Calil, como citado em Júnior, 2011). Trata-se ainda de “um jornalismo destinado a reforçar a coesão através da ‘procura de uma maior justiça’, da ‘defesa do interesse geral, dos direitos e da dignidade do homem’ e, finalmente, da ‘promoção da tolerância e do respeito pelo pluralismo’” (Camponez, 2012, 45).

Os *media* locais permitem a representação de uma área e ajudam as pessoas a imaginar-se parte de uma comunidade, providenciando-lhes informação sobre os assuntos públicos. Dessa forma, pretendem promover a discussão, procurando responsabilizar as elites locais (Nielsen, 2015). Aliás, e como Xosé López García demonstra (2017), as localidades têm lutado, ao longo dos anos, para disporem de meios de proximidade de forma a reforçarem o seu papel nas relações entre comunidades.

1.2. O jornalista local

Se, segundo os académicos, o principal objetivo do jornalismo consiste em “deter o poder para responsabilizar e manter as pessoas informadas sobre os assuntos públicos” (Nielsen, 2015, 21), qual é então o papel do jornalista local? Nielsen (ibid.) explicita que a metáfora do “cão-de-guarda”, aplicada ao jornalismo em geral, é válida para o jornalismo local, uma vez que “a responsabilização e a cobertura dos assuntos públicos” é também o seu propósito, se bem que este tipo de jornalismo o procure fazer de forma “mais modesta”.

Espera-se, assim, que o jornalista local partilhe o mesmo espaço geográfico, social, cultural e psicológico do seu público (López García, como citado em Jerónimo, 2015), pois só assim poderá compreender quais os problemas vividos pela comunidade que representa. Para além disso, e conforme expõe Christian Sauvage (como citado em Camponéz, 2012), deverá obedecer aos seguintes critérios: “o jornalista local é uma pessoa preocupada com as consequências do seu comentário”, “é pouco dado à revelação de escândalos com o intuito de preservar as suas fontes de informação com as quais contacta todos os dias”, “é um generalista sobre as questões da sua região”, “é uma pessoa bem enraizada na sua região, mantendo um contacto fácil com as pessoas”, “é um narrador do quotidiano repetitivo”, “faz um jornalismo de ‘notáveis’, podendo ele próprio tornar-se um notável a prazo”, “é um profissional mais sério e mais solidário com os seus colegas do que os seus congéneres de imprensa”.

Segundo Jacques Saint-Criq (como citado em Camponéz, 2012), os jornalistas da imprensa regional devem ser “jornalistas-assistentes do cidadão”. De facto, Nielsen (2015) elenca a responsabilização e a informação como a principal função do jornalista local, seguido do engajamento político e cívico e da promoção da integração da comunidade. Nielsen (ibid.) afirma ainda que investigadores americanos chegaram à conclusão de que as pessoas esperam que os *media* locais não só cubram os eventos locais, como que os seus jornalistas desempenhem o papel de “bons-vizinhos”. Para além do interesse pela comunidade, ao jornalista cabe “a apresentação de soluções para os problemas” (Poindexter et al, como citado em Nielsen, 2015). Estes profissionais permitem que se consolide um sentido de comunidade em grandes áreas metropolitanas, como foi provado por socialistas (Janowitz, como citado em Nielsen, 2015), bem como em áreas rurais com pouca população (Kirkpatrick, como citado em Nielsen, 2015). No fundo, o jornalista local permite despertar na população uma vivência democrática, participativa e de consciência cívica, dando voz aos locais para a resolução dos

problemas por estes vividos, especialmente em áreas descentralizadas, lugares muitas vezes esquecidos pelos *media* nacionais.

1.3.O jornalismo local no panorama nacional

Olhando para o nosso território, Jerónimo (2015) sugere a distinção entre imprensa regional e local, considerando a “imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, que dedicam, de forma regular, a maioria dos seus conteúdos noticiosos a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica, política ou desportiva, respeitantes às comunidades a que se destinam e a territórios que atingem, no mínimo, a dimensão de um distrito; são distribuídas nos suportes papel e/ou plataforma digitais; e não são dependentes, direta ou indiretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive autárquico” (127). Por sua vez, considera como imprensa local “todas as publicações descritas no conceito de imprensa regional, à exceção da dimensão. Neste caso, referimo-nos a imprensa local como sendo aquela que do ponto de vista de interesse e produção informativa se foca num território, ou territórios, inferior(es) a um distrito (localidade, freguesia, município ou um aglomerado dos territórios anteriores)” (128).

Como Jerónimo (ibid.) elucida, a verdade é que a imprensa regional e local portuguesa sempre foi vista com maus olhos: imprensa “típica”, “anacrónica”, “subsídio-dependente”, sujeita a “influências” e destinada à “extinção” são algumas das perceções tidas pelos leitores e pela própria ERC. Apesar de uma revalorização deste tipo de informação nos últimos anos, o setor continua em decadência: segundo dados avançados pela ERC, os incentivos dados pelo Estado diminuíram bastante de 2000 para 2009. Em 2000, a soma correspondia a 1313 mil euros, já em 2009, a apenas 147 mil (Jerónimo, 2015).

Mesmo assim, são ainda muitos os jornais nacionais que contemplam secções locais. As publicações locais de jornais nacionais ou de jornais regionais são, claro, muito diferentes, tal como ressalva Ribeiro (2012): os jornais regionais são de “baixa tiragem”, enfrentam “dificuldades económicas” e apresentam uma “fraca capacidade de atração de publicidade” (29). Os jornais nacionais, por sua vez, são muitas vezes sustentados por grandes grupos económicos, e, apesar das contrariedades que o setor da comunicação atravessa, evidenciam outro tipo de robustez. Enquanto os jornais regionais se dirigem aos habitantes de determinada região, os jornais nacionais, quando relatam acontecimentos de cariz local, pretendem

“informar toda a nação para um acontecimento relevante que tenha acontecido em determinada região” (ibid., ibid., 30).

Para além disso, os jornais nacionais dispõem de sedes nas grandes cidades (geralmente Porto/Lisboa), estando assim perto dos grandes centros de decisão. Os jornais regionais, em contrapartida, têm a oportunidade de estar perto das suas comunidades, podendo, assim, contribuir com conteúdos diferentes – esta, claro, seria a expectativa. Porém, cada vez mais se verifica a desertificação das áreas longe dos centros urbanos, como aponta Ribeiro (2012), bem como uma aposta cada vez menor nos jornais regionais, que veem a sua capacidade de crescer e evoluir travada pelo fraco financiamento...

Mas estes não são os únicos problemas sofridos pela imprensa regional: um dos seus grandes “senãos” passa pela influência que as elites políticas e económicas exercem sobre estes *media*. Na sua dissertação de mestrado, *Jornalismo de proximidade e elites locais*, Vieira (2014) analisa os conteúdos de três jornais regionais (*O Alcoa*, *Região de Cister* e *Região da Nazaré*), percebendo de que forma os meios de comunicação social são usados por estes dois grupos “para controlar o espaço público” (8). Vieira discute ainda a noção de “proximidade demasiado próxima” (Coelho, como citado em Vieira, 2014), que impõe “travões ao pacto comunicacional estabelecido entre os jornais regionais e os seus leitores, quebrando assim o compromisso em defender a região e a sua comunidade, em prol do desenvolvimento local” (Vieira, 2014, 35). Carvalheiro (1996), vai ainda mais longe em relação às elites políticas, pintando dois tipos de comportamentos adotados pelos políticos locais para com os jornalistas: “O primeiro é o dos que seguram o braço do jornalista para lhe fazerem supostas confidências. Põem o jornalista à-vontade e contam-lhe anedotas (...) O segundo grupo é o dos políticos que escolhem manter a distância e preferem infundir a distância. É a velha tática do simbólico. Cultivar a aura da inacessibilidade do poder”. No final, a conclusão é a mesma, segundo o autor: “É crescente a consciência de que o poder, para se afirmar, precisa de mediatização”. Apesar de uma reflexão com já vinte e quatro anos, pouco parece ter mudado confrontando com a análise de Vieira (2014).

Perante estes cenários, vemos muitas vezes as funções principais do jornalismo local a serem postas em causa, como “a promoção do debate pluralista, o incentivo para a participação dos cidadãos no processo político e o incentivo à prestação de contas pelo poder público” (Blumer e Gurevitch, como citados em Vieira, 2014). Hoje, esta problemática (presente não só

na imprensa local) torna-se mais evidente, porque os meios regionais se deixaram “contagiar por outros interesses económicos e políticos”, mas também por causa da “sociedade de velocidade informativa”, que “tende a retirar reflexão e rigor na análise dos conteúdos informativos” (Vieira, 2014, 41-42).

A prioridade, nos meios locais, ao invés de ser ouvir os cidadãos e envolvê-los na vida cívica, passou a ser marcar presença nas conferências de imprensa dos partidos, numa época em que as redações (principalmente as da imprensa de proximidade) têm cada vez menos tempo e recursos para realmente apostarem em trabalhos de investigação. Esta mesma falta de investigação, explica Vieira (2014), “vai beneficiar as elites locais, que assim têm caminho livre para fazer usar e abusar do seu poder nos meios de comunicação social regionais” (43). É ainda importante salientar que a “proximidade”, que muitos apelidam de “promíscua”, não fica por aqui, uma vez que as elites políticas, económicas e até mesmo religiosas “detêm poder para financiar, direta ou indiretamente” as publicações da imprensa local (Vieira, 2014, 44). Na Beira Interior, como exemplifica Carvalheiro (1996), “os *media* têm nítidas dificuldades em assumir o papel de afrontar o poder político, quando é caso disso”, isto porque “ainda predomina uma tradição respeitosa ou mesmo veneradora do poder”, mas também porque “os *media* estão na mão de gente ou instituições conservadoras ou ligados a interesses que se cruzam com o meio político” (ibid.).

É neste panorama que Vieira (2014) avalia ainda quais as fontes a que os jornais regionais recorrem, uma vez que “as fontes são um fator determinante para a qualidade de informação produzida pelos *media*” (Wolf, como citado em Vieira, 2014). Wolf (ibid.) reforça que as fontes são selecionadas com base na ideia de produtividade, ou seja, “quem mais produz, mais interesse tem”, sendo que o jornalista recorre às fontes que já possuem “a credibilidade e a autoridade expectável do leitor”. Deste modo, evidencia-se que os “atores coletivos que operam fora do sistema político, fora das organizações e associações sociais, têm normalmente menos oportunidade de influenciar os conteúdos e as tomadas de posição dos grandes meios de comunicação” (ibid.), condição que se repete nos meios locais. Para além disso, nestes meios, dá-se especial valor aos “pseudoacontecimentos” (Vieira, 2014, 49), isto é, “atividades cujo principal objetivo é assegurar e controlar a cobertura mediática” (ibid.). “Muito do que é entendido como notícia é pouco mais do que publicidade grátis (...) Muito do que aparece como ‘notícias políticas’ é, de facto, escrito por conselheiros, candidatos e membros do parlamento” (Curran e Seaton, como citado em Vieira, 2014). Carvalheiro (1996) confirma que “a prioridade

é ir atrás dos secretários de Estado que visitam a região” ou não faltar às já conhecidas conferências de imprensa... neste cenário, fazer jornalismo de proximidade com verdadeiro valor torna-se impossível.

1.4.A globalização e o jornalismo local

Gerir os *media* locais já era difícil, agora imagine-se depois da chegada da Internet. O surgimento das novas tecnologias e a fuga dos cidadãos para os centros das grandes cidades obrigaram a repensar a forma como se faz jornalismo, e, consequentemente, a forma como se percebe o jornalismo de proximidade. Se, durante anos, a ideia de “local” remetia para um espaço físico, com a globalização, tem-se vindo a relacionar progressivamente com a ideia de “comunidade” (López García, 2017). Em 1962, surgia o termo “aldeia global”, sugerido pelo filósofo Marshall McLuhan, que propunha o sistema em que hoje vivemos: um mundo ligado, como numa grande aldeia. A partir daqui, pôs-se em marcha o plano, e com o surgimento da Internet nos anos 90, abriram-se as portas para a sociedade em rede.

A sociedade em rede, segundo Castells (como citado em Paulino, 2018), é “caracterizada pela globalização das atividades económicas estrategicamente decisivas; pela sua forma de organização em rede; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e sua individualização”, bem como “por uma altura de virtualidade real construída a partir de um sistema de *media* onnipresente, interligado e atualmente diversificado” e “pela transformação das bases materiais da vida – o tempo e o espaço – mediante a criação de um espaço de fluxos e de um tempo atemporal”. Porém, neste mundo subitamente sem limites, as pessoas continuam a lutar contra a individualização, procurando pertencer a grupos comunitários.

Assim, perante a globalização, para além da proximidade física ou geográfica, passam a importar as dimensões temporais, psicoafetivas, socioprofissionais e socioculturais (Camponez, 2012, 42). Faz então sentido afirmar que vivemos vidas locais, mesmo que estas estejam cada vez menos enraizadas na ideia de “local” e mais assentes na ideia de “comunidade”, ou seja, “com o estigma da globalização, as redes e as novas tecnologias da comunicação têm favorecido o desenvolvimento do local desde a comunidade e em detrimento do lugar” (López García, 2017, 125). Estamos perante a “oposição local/global” que, segundo Camponez (2002), se afigura como “um sucedâneo da tensão cidade/campo” (30). Esta noção dará lugar a um outro conceito: o “glocal”, uma “dupla tendência ao mundial e ao local” (López García, 2017, 127).

Nielsen (2015) conta-nos que atualmente as pessoas vivem, na sua maioria, na periferia das cidades, mudam-se com mais facilidade e consomem produtos produzidos longe. Ainda mais, as decisões que as impactam são tomadas muito fora do seu alcance. Mas nada disto significa que as pessoas não estejam ligadas a uma comunidade. Muito pelo contrário, o facto de habitarem esta nova realidade “glocal” fá-las procurar cada vez mais pertencer a algum grupo, quer este grupo remeta para o local onde efetivamente habitam, para o local onde nasceram e cresceram ou para o grupo que partilha os seus gostos e interesses...

Esta dinâmica glocal verificou-se, por exemplo, quando o jornal local *Região de Leiria* procurou os olhares locais dos emigrantes espalhados pelo mundo aquando do 11 de setembro (Pedro Jerónimo, 2015). É precisamente deste fenómeno que Camponez (2002) se refere quando nota que “a par dos fenómenos de globalização, os discursos de proximidade têm sofrido também uma inflação, como resposta aos aparelhos, à uniformização e a um certo fracasso dos modelos de gestão social dos Estados” (15).

1.5. A resistência do jornalismo local

“Global e sem limites geográficos – tal como preconizou McLuhan, a rede mostra que o localismo e o hiperlocalismo têm ressonância no mundo informativo” (Baldessar, Dellagnello, 2013, 55). Neste ponto, Pedro Jerónimo (2010) sublinha que “para além de informar, o papel da imprensa passa por preservar a memória do que se passa no mundo, num país, numa região” (1), numa nova realidade em que “nem sempre sabemos o que se passa no próprio prédio ou ao fundo da rua” (ibid., ibid., 2). Voltamos, então, a Baldessar e Dellagnello (2013) que nos relembram a máxima “a minha casa é o meu mundo” (55), que se apresenta como uma alternativa para um jornalismo que quer “recuperar as suas audiências” (ibid.).

Para Vítor Amaral (2012), a imprensa regional desempenha precisamente um contributo para a “regeneração” de um “espaço público local” (7) que, por sua vez, incentiva a ação cívica por parte dos cidadãos. Dominique Gerbaud (como citado em Camponez, 2012) afirma: “contar a vida é mostrar que nos interessamos pelas pessoas, que temos respeito pelo que fazem e pelo que dizem”. Feliciano Duarte Barros (como citado em Jerónimo, 2015) corrobora: “a informação de proximidade é insubstituível, porque chega onde a outra informação, a nacional, não chega, aborda e fala dos problemas e das aspirações legítimas das pessoas, atinge extratos socioeconómicos esquecidos pela comunicação social nacional”.

Contudo, apesar da importância deste tipo de informação, a Internet veio impactar a sua produção. Permitindo uma “atualização e divulgação noticiosa mais frequente” (Jerónimo, 2017, 8), o jornalista passou a habitar diariamente o espaço da redação e a dedicar-se à produção de notícias de alcance nacional, contrariando a ideia de que “é exatamente quando estamos na época da globalização que o jornalismo regional ainda faz mais sentido, porque quanto mais globais somos, quanto mais informação nos chega de todos os cantos do mundo, mais necessidade temos de saber quem somos, o que acontece à nossa volta e o que acontece no nosso círculo restrito” (Rangel, como citado em Jerónimo, 2015). Subitamente “obrigado a estar presente no mundo da comunicação e interação digitais” (Amaral, 2012, 15), como poderá o jornalismo local sobreviver?

Idealmente, o jornalista local cumpriria aquilo que é preconizado por Cláudio Gioria (como citado por Jerónimo, 2015) numa entrevista: “O jornalista não fica no Olimpo, numa redação escrevendo o que bem entende sem saber o impacto disso na vida das pessoas. Desse prisma, interagir com a comunidade pelo jornalismo local é mais difícil do que atuar num grande veículo, mas é com certeza mais gratificante e, se feito com ética e profissionalismo, rende mais resultados para a vida da cidade e região”. Mas este tipo de jornalismo começa cada vez mais a ser “engolido”, isto porque a imprensa regional e local sempre foi tida como “menor”. Para além disso, o jornalismo passou a ser orientado pela lógica de publicação de notícias 24 horas por dia, sendo caracterizado pela alta competição de outras organizações de notícias que cobrem as mesmas histórias e que chegam às mesmas audiências (Nielsen, 2015). Atualmente, os jornalistas locais trabalham em redações com poucos recursos. Passou a interessar tão mais chegar a todo o mundo num só clique, que comunicar com os locais tornou-se uma raridade...

Com o esquecimento do jornalismo local e a imposição do jornalismo ao minuto, assistimos à redefinição do trabalho do jornalista, que agora opera dependente da informação difundida pelas agências e comunicados de imprensa. No caso do jornalismo de proximidade, a situação é ainda mais grave, pois verifica-se a perpetuação da dependência dos grupos económicos e políticos. Num cenário como este, em que o objetivo, em vez de contar histórias, passou a ser “manter” o fluxo em andamento, esquecem-se os rostos de todos os dias que dão vida às cidades...

Todavia, o jornalismo local insiste em resistir, continuando a exercer este papel de cidadania ativa e desenvolvendo um “trabalho com verdadeira utilidade à região onde ativa” (Amaral, 2012, 38). Nas palavras de López García (2016), as tendências da sociedade rede “permitem-nos adivinhar um panorama mediático a médio prazo no qual sobreviverão produtos mais globais e produtos mais locais num mapa em que os diversos suportes desempenharão um papel de complementaridade na constelação da estrutura comunicativa” (200). Como?...

... Procuremos respostas.

O Jornalismo Digital

“O jornalismo tornou-se uma disciplina técnica, mais do que uma atividade investigativa ou linguística. O bom jornalista passou a ser aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que melhor sabe ou melhor escreve.” (Marcondes Filho, como citado em Tulha, 2012).

“Num pântano de números, em que as visualizações das páginas, os visitantes e o tempo passado no *site* parecem criar uma confusão de opiniões, com cada empresa de classificação a providenciar dados contraditórios, não devia ser o critério do valor do jornalismo – e da construção da sua marca – ser o bem que proporciona à sociedade democrática?” (Kovach e Rosenstiel, 2014, 5-6).

Os anos 90. A década em que a Internet se torna popular, sem que se conhecessem de antemão os efeitos que esta produziria nas nossas vidas. “Imagine uma biblioteca que comporta o equivalente a 4925 jornais diários provenientes de todo o mundo. Pare de imaginar. É aqui. A Internet disponibiliza mais novos conteúdos noticiosos do que esta quantidade, todos os dias e a maior parte deles gratuitamente”, alerta-nos Pavlik (como citado em Bravo, 2012). É esta a realidade que lentamente começa a emergir, afetando inevitavelmente os meios de comunicação e o jornalismo. Ora vejamos: em 1994, o diário *San Jose Mercury News* surgia como o primeiro jornal a acolher o *online*; já em 1998, o semanário *Setúbal na Rede* tornava-se o primeiro jornal exclusivamente *online* em Portugal...

Dia após dia, a Internet foi ganhando terreno, moldando a forma como comunicamos uns com os outros. Em 1999, Deuze escrevia precisamente sobre as transformações advindas deste novo meio, defendendo que este tinha o potencial de tornar o papel dos jornalistas, como “forças intermediárias”, supérfluo, oferecendo, no entanto, um conjunto de recursos e possibilidades tecnológicas. Nascia, assim, um novo tipo de jornalismo: o jornalismo digital.

Perante estas mudanças, rapidamente os jornais de todo o mundo começaram a habitar este novo espaço estranho, “inicialmente utilizando o sistema transpositivo das edições impressas para a versão *online* até que, pouco a pouco, começaram a perceber as peculiaridades do novo meio e a necessidade de adoção de processos diferenciados” (Barbosa, 2002, 7).

2.1. O novo mundo da Internet

A Internet vir-se-ia a revelar uma autêntica caixinha de surpresas, que ainda hoje não é explorada na sua totalidade. Segundo Pavlik (como citado em Canavilhas, 2005), existem três fases de desenvolvimento do jornalismo na web: uma primeira, em que, como já vimos, os conteúdos disponibilizados são iguais aos das edições impressas, uma segunda, em que se começam a produzir conteúdos destinados em exclusivo para a Internet, com hiperligações para outros conteúdos, aplicações e, em alguns casos, fotos, vídeos ou sons, e, por último, uma terceira, em que se procura tirar partido de todas as características do webjornalismo. Deste modo, o jornalismo digital redefine os aspetos de “produção, redação, edição e publicação da notícia, circulação, audiência e a relação com os recetores” (Barbosa, 2002, 3), apresentando como quatro características-chave a interatividade, a hipertextualidade, a multimidialidade e a customização ou personalização do conteúdo (ibid., ibid., 4-5).

Todas estas transformações alteram a forma como os leitores interagem com a informação. De facto, segundo um estudo realizado pelo *Media Effects Research Laboratory* (Canavilhas, 2001), os leitores consideraram que o “recurso à interatividade (vídeo, sons, fóruns, etc.)” alterava para melhor a “perceção do utilizador acerca do conteúdo” (3). Altera-se também a relação entre fornecedores e consumidores da informação, uma vez que o ambiente eletrónico permite a “interlocução do consumidor com o fornecedor, de recetor com emissor e destes por aí”, isto é, “o que era unidirecional passou a ser reticular” (Barbosa, 2002, 4).

Uma nova porta, para uma nova era, parece abrir-se. Porém, nem tudo são boas notícias. Como Canavilhas (2005) avança, “cedo se apercebeu que explorar as potencialidades da web exigiria um investimento assinalável” (1393). Iniciava-se, assim, a busca por um modelo de negócio, busca essa que continua em marcha. “Numa fase inicial pensou-se que o desaparecimento das despesas relativas ao papel e à distribuição colocaria os custos ao nível das receitas oriundas da publicidade. Mas não é bem assim: apesar das receitas da publicidade *online* continuarem a crescer, os valores atingidos ainda estão longe de cobrir os custos inerentes a uma publicação pensada para a web”, explica Canavilhas (2005, 1393). A alternativa à publicidade, como hoje podemos verificar, tem sido o pagamento de conteúdos. Apesar de Canavilhas (2005) reconhecer ser difícil convencer os consumidores a pagarem, quando os conteúdos melhoram significativamente através da personalização da informação,

do recurso a suportes multimédia, da atualização permanente da informação e da possibilidade de troca de informações com os jornalistas, os clientes acabam por “mudar de atitude” (1394).

2.2. A explosão de informação

Com a revolução tecnológica, as práticas levadas a cabo pelos jornalistas e o *modus operandi* das redações sofreram também alterações drásticas. De repente, as novas tecnologias e o crescimento do digital permitiram que o mundo passasse a ter acesso a informação 24 horas por dia (a chamada “avalanche informativa”, segundo Canavilhas (2004, 4)).

Segundo Kovach e Rosenstiel (2014), o objetivo principal do jornalismo é providenciar aos cidadãos a informação de que precisam para se “governarem” (5). Porém, com a nova cultura de informação, as premissas do jornalismo estão a ser questionadas, uma vez que o jornalista já não decide o que o público deve saber, mas trabalha com o público e a tecnologia para perceber o que vende mais, o que alcança mais cliques e visualizações. Neste mundo subitamente dominado pela tecnologia, Ramonet (1998) partilha uma visão muito particular sobre este panorama, segundo a qual caminhamos para um mundo “administrado pela polícia do pensamento” (11). Apesar de dramática, a afirmação de Ramonet espelha algumas verdades: estamos a viver numa era em que a rapidez, permitida pela tecnologia, dita o jornalismo, e em que a lei do mercado tem mais peso do que a qualidade jornalística. Neste ponto, Ramonet (1998) acrescenta ainda que a informação é agora vista como uma “mercadoria”, sem respeitar a missão fundamental dos *media*: “esclarecer e enriquecer o debate democrático” (11).

O problema é que, com tanta informação a circular, a missão preconizada por Ramonet perde-se. Podemos concluir, assim, que vivemos na época do jornalismo de declaração (ao invés do jornalismo de verificação). Neste ponto, Kovach e Rosenstiel (2014) questionam se será a verificação ainda possível numa era em que os “rumores” e a “bisbilhotice” se tornam públicos em tempo real. Afinal, qual é o papel do jornalista quando a informação falsa já se espalhou? Isto é, com a enchente de informação que é agora preciso cobrir, já não há tempo para os jornais procederem à sua verificação, acabando apenas por citar informação que é fornecida pelas agências ou por outros órgãos de comunicação. No fim, a repetição dos *media* leva-os a constituírem “um único sistema de informação” (Ramonet, 1998, 24).

Para além disso, este tipo de jornalismo tem colado os jornalistas às suas cadeiras – estamos perante o “jornalismo sentado” (do francês “*journalisme assis*”). “Essa foi a maneira

que as empresas jornalísticas encontraram para manter um sistema de manutenção *online* em fluxo contínuo com quadro profissional reduzido”, explicita Pereira (2004, 96). De repente, as redações tornam-se no espaço de produção da notícia. O jornalista raramente sai e marca presença no terreno. Através do material providenciado pelas agências de notícias e *press releases*, os jornalistas realizam grande parte do seu trabalho sentados. “Pelo que se ouve, pelo que se vê, os jornalistas estão a trabalhar contra si, com base num ‘jornalismo sentado’ ou exclusivamente frente ao computador, tornando-se meros porta-vozes das agências de comunicação”, como esclarece Amaral (2012, 39).

Kovach e Rosenstiel (2014) defendem (e bem) que os jornalistas não são meros “intérpretes” que “comentam”. Os jornalistas são (ou deviam ser) “sentinelas” que “fazem perguntas”, que “escavam” (23). Canavilhas (2004) subscreve esta visão, ao observar que “o ‘enquadramento’ dos acontecimentos enriquece a notícia e dá origem a um jornalismo de memória em detrimento de um jornalismo de estados de alma que se afasta progressivamente da essência desta atividade” (3). Já Van der Haak, Parks e Castells (2012) perguntam-se se os jornalistas deviam ser “cientistas sociais”, respondendo logo em seguida que “não”, uma vez que o seu público-alvo não é a comunidade científica. O papel do jornalista, explicam, não acaba no momento em que este tem conhecimento dos factos e simplesmente os analisa. Cabe ao jornalista contar uma estória, enquadrando os acontecimentos, tal como preconizado por Canavilhas.

Contudo, como Vasco Ribeiro nos vem demonstrar (2013), é a falta de meios humanos que perpetua este tipo de jornalismo, e daí se deve “a proatividade da assessoria de imprensa”. Assim, as agências de informação acabam mesmo por “desenvolver suportes de promoção adaptados à linha editorial dos órgãos de comunicação, até pensando nos livros de estilo” de cada um (*ibid.*).

2.3. A força das pressões económicas

E por que é que não há tempo para se verificar as informações e produzir-se jornalismo de qualidade? Simples: porque hoje as empresas jornalísticas dependem do seu lucro, o que, por sua vez, leva os jornalistas a escreverem não para o seu público, mas para a empresa-mãe e para os seus acionistas. Segundo Kovach e Rosenstiel (2014), acabar com o monopólio da imprensa, que conduziu à mediatização da informação, é uma oportunidade para elevar a qualidade jornalística. Mas, para tal, os jornalistas terão de formar um melhor entendimento

daquilo que os cidadãos procuram nas notícias. Kovach e Rosenstiel (2014) chegam mesmo a citar o Papa João Paulo II: “Com a sua influência vasta e direta na opinião pública, o jornalismo não pode ser guiado por forças económicas, lucro e interesses. Tem de ser entendido como uma missão num certo sentido sagrada, levada a cabo com o conhecimento de que aos meios de comunicação poderosos foi confiado o bem de todos” (20).

Mas desde o ano 2000, e conforme Kovach e Rosenstiel (2014) alegam, que os líderes jornalísticos se têm transformado em “homens de negócios”, passando “um terço do seu tempo” dedicados ao “negócio” e não ao jornalismo. Kovach e Rosenstiel continuam ainda, afirmando que estas alterações no jornalismo explicam o porquê de os cidadãos terem perdido interesse nas notícias, de repente vistas como um negócio e não como um serviço público. Esta realidade é também sentida pelos editores e jornalistas.

2.4. As novas oportunidades

Atualmente, é expectável que os jornalistas disponham de um conjunto de capacidades relacionadas com o meio digital, estando ainda preparados para trabalhar em ciclos de notícias de atualização permanente (Bastos, 2005). Para além da redação de notícias, o ciberjornalista tem “de produzir fotografia, áudio e vídeo, construir páginas web, transpor conteúdos audiovisuais para a rede, acrescentar hiperligações, fornecer interfaces que permitem ao utilizador o recurso a bases de dados diversas, desenvolver comunidades *online* através de linhas de *chat*” (Bastos, 2005, 4). Deste modo, a Internet e as suas potencialidades, como já vimos, podem constituir uma mais-valia para o jornalismo. Van der Haak, Parks e Castells (2012) sintetizam em poucas palavras: “bons jornalistas no século XXI contam histórias baseadas em factos sobre o mundo real através do texto, do áudio e dos meios visuais” (5). Ou seja, é tempo de tirarmos partido da Internet para nosso benefício – e de gozarmos da possibilidade de estarmos cada vez mais próximos do que nunca.

A proximidade, ao permitir a interatividade, trouxe também a possibilidade de qualquer um se tornar portador de uma notícia. Hoje, a informação vem de sítios insólitos, impensáveis para os jornalistas do século XX. “A utilização do *Twitter*, mas também do *Facebook*, nas redações e pelos jornalistas, é inevitável” (Jerónimo, 2011, 26), “A proximidade com os cidadãos, através do serviço de *microblogging*, permite não só disseminar informação, como recolhê-la” (ibid.). Mendes (como citado em Jerónimo, 2011) conta que, antigamente, as fontes dos jornais locais e regionais eram o barbeiro, agora, “por causa do acesso à web, em vez de

termos um barbeiro, temos 50 mil barbeiros, e, portanto, é mais difícil ainda fazer a filtragem dessa informação. Mas eu acho que, se a pergunta é se pode ser fonte de informação? Pode. Agora tem que passar por todos os crivos e todos os passos de confirmação que sempre se fez com qualquer fonte...”.

Tudo isto está a fazer com que naveguemos em direção a novas formas de comunicação e interação, de pensar e de fazer jornalismo... Neste sentido, Bastos (Bastos, como citado em Bastos, 2005) reforça que “o jornalismo não acaba por todos poderem ter melhor acesso a fontes de informação, como acontece aos utilizadores da Internet. O cidadão continua a precisar de alguém que se dedique a tempo inteiro a selecionar, a sintetizar e a explicar. O jornalismo não acaba. Pelo contrário, ganha novos instrumentos. Mas para isso falta a muitos jornalistas portugueses formação, formação e mais formação”.

Tendo em conta esta nova realidade, e as novas exigências do jornalismo, será então possível impulsionar o jornalismo local de que falávamos no capítulo anterior, numa era em que a agenda privilegia temas nacionais e internacionais e em que não há tempo? Mark Potts, co-fundador do projeto hiperlocal *Backfence.com* (como citado em Bravo, 2012) afirma: “Posso ler notícias sobre o Iraque, o Irão ou a Britney Spears em qualquer lugar, mas não posso saber mais sobre a equipa local de basebol ou onde há uma boa pizzeria nas proximidades”. Nos últimos anos, assistimos ao renascimento do interesse pela informação local, num mundo que se torna “glocal”. E não se torna só “global”, como, de repente, a produção de informação se torna mais... democrática. Como Ramonet (1998) explicita, a articulação do televisor, do computador e do telefone criou “uma nova máquina de comunicar” que permite a “interatividade” e o “tratamento digital da informação” (9). Agora, a partilha de um pensamento está à distância de um clique. As redes sociais estão ao alcance de todos para a disseminação de qualquer tipo de informação... Como conjugar todas estas possibilidades?...

Apesar de infinitas, a verdade é que, no panorama português, as novas tecnologias têm sido altamente subaproveitadas, especialmente pelos ciberjornais de proximidade. Segundo Jerónimo (2012), “a prática do ciberjornalismo é residual. Os dedos das duas mãos são suficientes para contabilizar os ciberjornais que fazem algum aproveitamento das principais potencialidades da Internet” (83), apesar de Jerónimo (ibid.) reconhecer que, nos últimos anos, as redes sociais têm despertado bastante interesse, com os leitores a recorrerem às mesmas para

comentarem os conteúdos dos ciberjornais. De que forma podemos, então, tirar proveito da evolução tecnológica, sem que esta nos prejudique? Vejamos algumas soluções...

Possíveis soluções para o jornalismo local (o hiperlocal)

“Assim, a Internet, e nela o jornalismo *online* e todas as suas possibilidades, pode contribuir para o estreitamento de laços comunitários e o estabelecimento de uma nova agenda pública e comunicacional, baseada na oferta de informações hiperlocais e de interesse de públicos amplos – no caso do jornalismo internacional.”, (Baldessar, Dellagnello, 2013, 54).

“Dada a quase saturação dos dispositivos digitais para captura e publicação como os *smartphones*, e um maior acesso a plataformas de publicação digitais, a medida em que pessoas normais, em vez de jornalistas profissionais, capturam, organizam e publicam o ‘quotidiano’, tem-se tornado tema de interesse de muitos académicos.”, (Williams, Hartre, 2016, 289).

“Validação. Caos ambiental. Velocidade. Instantaneidade. Globalização. Midialização. A sistematização das narrativas pós-modernas denota a que elas coexistem na pós-modernidade e em sua própria concentração. É a dimensão do ‘tudo ao mesmo tempo agora’ (...)” (Carvalho e Carvalho, 2014, 70).

Habitamos a era da globalização e da convergência, em que os nossos telemóveis apitam de minuto a minuto com informação. De repente, o mundo torna-se complicado: “cada grupo na sociedade foca-se na parte da realidade que mais o afeta” (Stiglitz, como citado em Bravo, 2012). Queremos pertencer, mas ainda não sabemos bem como. Ao mesmo tempo que as televisões se enchem de imagens que para nós até podem ser familiares, os jornais locais fecham ou continuam estagnados no passado, sem realmente representarem uma população. De súbito, esquecemo-nos daquilo que efetivamente nos rodeia. E, no entanto, “a notícia de que a minha filha arranhou um joelho no *playground* tem mais significado para mim do que um carro-bomba em Kandahar” (Anderson, como citado em Bravo, 2012).

Em *Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal*, Carlos Camponez (2017) refere-se ao conceito “hiperlocal” como uma possível solução para este mundo dialético: “O conceito pretende refletir uma realidade em que as empresas de comunicação social regional e local surgem com vantagens significativas face aos restantes *media* de conteúdos generalistas e de âmbito nacional” (16), subscrevendo a ideia de Poulet segundo a qual o jornalismo hiperlocal parte do “desenvolvimento dos modelos de negócio apostados em

cobrir todas as necessidades do seu público, desde o urbano ao rural, até a microcomunidades, organizadas em torno da proximidade física, temática, pessoal e comercial” (ibid.).

Radcliffe (como citado em Williams e Hartre, 2016) define hiperlocal como “notícias *online*” ou “serviços de conteúdos” que dizem respeito a uma cidade, a uma vila, a um código postal ou a comunidades definidas geograficamente. Já Metzger et al (como citados em Williams e Hartre, 2016) definem hiperlocal como uma organização de notícias originais, baseadas na geografia, orientadas pela comunidade, formadas na web, e cujo principal objetivo passa por cobrir um assunto ou uma região de forma a promover o engajamento cívico.

Carvalho e Carvalho (2014), por sua vez, exemplificam: “blogues individuais e coletivos ou *microblogs*, e os jornais locais e de bairro, que atuam diretamente na comunidade em que estão inseridos, utilizando a rede para se aproximarem do público local mesmo que o alcance seja global” (74). Bravo (2012) acrescenta: “os projetos jornalísticos de carácter hiperlocal vieram preencher uma falha, já que têm a vantagem de conseguir dar destaque aos assuntos muitas vezes negligenciados pelos *media* em geral” (21).

A crescer pela Europa e a América, os *sites* hiperlocais consistem em iniciativas colaborativas que providenciam informação relevante para os membros de determinada comunidade, ao mesmo tempo que se posicionam numa perspetiva global, seguindo o princípio da “glocalização” (Baines, 2012, 3). Carvalho e Carvalho (2014) apontam dois motivos para o surgimento deste tipo de jornalismo: o editorial e o comercial. O editorial, pelo “surgimento da necessidade do leitor de encontrar aquilo que realmente interessa”, isto é, aquilo que se passa na sua cidade, no seu bairro, na sua rua, e o comercial, pelo “oferecimento de produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor” (73-74).

A colaboração, no jornalismo hiperlocal, é “determinante”. “Nesse momento, somos todos *prosumers*, ou seja, produzimos e consumimos informação em tempo real. Jornalistas que fazem coberturas em lugares inimagináveis em uma velocidade até então impraticável, consumidores que colaboram com imagens, informações e todo o tipo de conteúdos possível. Nesse sentido, as redes sociais (blogs, *Twitter*, *Facebook*) também têm um papel decisivo, pois além de constituir-se como um locus para repercutir a vida social, consolidam o seu uso dentro e fora do jornalismo” (Baldessar e Dellagnello, como citado em Carvalho e Carvalho, 2014). Deste modo, podemos concluir que esta “colaboração” não precisa necessariamente de um

“jornalista” ou de uma organização de *media*, num mundo em que as redes sociais já permitem ao cidadão comum produzir em colaboração “artefactos dos *media*” (Baines, 2012, 156-157), se bem que esta é uma noção questionada pelos profissionais da área.

3.1. A tábua de salvação e a democratização das vozes

Com a Internet, a transposição dos conteúdos dos jornais regionais para a web tornou-se a única solução. Conforme corrobora Jerónimo (2011), “a mera transposição de conteúdos do papel para a Internet (*shovelware*) (...) mantém-se na generalidade dos títulos regionais” (26). Assim sendo, e de acordo com Baldessar e Dellagnello (2013), “as experiências do jornalismo hiperlocal – seja via redes sociais, blogues ou através de jornais *online*, que privilegiam a cobertura noticiosa de determinado espaço geográfico – cidade, região e mesmo uma rua, são exitosas e estão tendo a capacidade de desafiar os filtros editoriais e económicos das corporações de comunicação” (54-55).

Neste sentido, Castilho (2001) defende o hiperlocal como uma “tábua de salvação” no momento em que o público desiste das grandes notícias políticas e da informação internacional. Esta nova forma de jornalismo incentiva a participação dos públicos locais, tornando-os “agentes modificadores ou *prosumers*”, passando eles próprios a influenciar “o modo de pensar e de produzir notícia” (Carvalho, Carvalho, 2014, 76). Esta ideia bate numa das vantagens da era da convergência: a interatividade.

Segundo Baldessar e Dellagnello (2013), “o uso das redes por cidadãos comuns (não jornalistas) tem ajudado a alterar sobremaneira a agenda noticiosa – seja ela local, nacional ou internacional. As redes como meios difusores de informações têm oxigenado a relação do público com a agenda noticiosa e trazido questões antes escamoteadas pelas grandes corporações” (55). Com o hiperlocal, o jornalismo torna-se “líquido” (Deuze, como citado em Baines, 2012), isto é, respeita os direitos e privilégios de cada consumidor/cidadão enquanto fazedor/utilizador das suas próprias notícias, tornando-se assim o cidadão um “amplificador da conversa que a sociedade tem consigo própria” (ibid.).

Como é apontado pelos dois autores anteriores, este cenário acolhe as redes sociais, como o *Twitter* e o *Facebook*. A imprensa nacional bebe informação destas mesmas redes, e por vezes até mesmo de informação transmitida pelos meios hiperlocais. Jerónimo (2011) elenca dois eventos (a amargem de um avião no rio Hudson, EUA, no dia 16 de janeiro de

2009, e as cheias na Madeira, Portugal, a 20 de fevereiro de 2010), que chegaram à imprensa nacional através do *microblogging*. Este fenómeno, por sua vez, leva a uma “democratização das vozes” e à “diversificação das fontes utilizadas pelos profissionais”, facilitando o “monitoramento de uma sociedade complexa e em permanente expansão”, incorporando “os representantes de diversos sectores envolvidos com os factos publicados, aumentando o controlo da sociedade sobre as ações desenvolvidas pelos jornalistas” (Machado, 2009). Mas Machado (ibid.) realça logo a seguir: “Imponha reforçar que a descentralização da informação não tem de significar que todos serão jornalistas, independentemente das competências conceptuais, técnicas e deontológicas que cada um possua”. Até porque, “a produção descentralizada, em vez de suprir, veio exigir uma crescente mediação especializada de informações produzidas, impondo assim uma maior complexidade no processo, estabelecendo a necessidade de novas relações entre profissionais e fontes e entre os próprios profissionais” (ibid.), isto é, todos podemos ter uma voz – mas uma voz a ser filtrada pelo jornalista, cuja formação lhe permite desempenhar este tipo de trabalho.

3.2. O hiperlocal no mundo

A ideia do hiperlocal foi posta em prática pelo *The New York Times* com o lançamento do projeto *Local*, que cobre bairros de Nova Iorque através de informações fornecidas pelos leitores e moradores. Entretanto, outros projetos nasceram como o *EveryBlock*, nos Estados Unidos, *Outside.In* (também nos Estados Unidos), *Bairros.com* (no Brasil), *Contramão Online* (também no Brasil), *SoloLocal.info* (na Argentina), *Blog Preston* (no Reino Unido) e *Somos Malasaña* (em Espanha). Para além disso, o jornalismo hiperlocal foi tema central do *European Newspaper Congress*, em 2010.

Em 2009, Brad Stone e Claire Miller escreviam um artigo no *The New York Times* precisamente sobre esta temática. Começavam com a seguinte pergunta: “Se o seu jornal local fechar, quem vai tomar conta da cobertura da sua cidade?”. Nessa altura, emergiam pela Internet vários *sites* hiperlocais, que permitiam um “*zoom-in*” àquilo que se passava em determinados bairros, sem envolver jornalistas tradicionais. Estes *sites*, ainda de acordo com o artigo, colecionavam artigos e blogues, suplementando-os com informação dos governos locais e outras fontes. Gary Kebbel, diretor do programa de jornalismo *The King Foundation*, pronunciava-se quanto a este assunto: “A nossa democracia é baseada na geografia, e eu

acredito que a informação local é uma necessidade central para que a nossa democracia sobreviva”.

No entanto, e como é apontado por Stone e Miller, estes *sites* precisam de encontrar uma forma de gerar receita, e até então tinham tido pouco sucesso a vender anúncios. Para além disso, o número de leitores por cada página costumava ser bastante baixo... Por outro lado, reforçavam os autores, os blogues, nos últimos anos, tinham explodido por todos os Estados Unidos, e os *sites* podiam sempre criar ligação a essas plataformas. Aliás, o artigo defende que, em muitas cidades, os blogues locais são tão ricos que, caso os jornais locais fechassem, haveria sempre informação para os *sites* hiperlocais publicarem.

Entretanto, em 2019, realizava-se o 38º Congresso Nacional dos Jornalistas, no Brasil, no qual se discutiu a importância do jornalismo de proximidade. Num artigo da FENAJ (Ferreira, 2019), relatava-se que, no Brasil, existiam 12267 meios de comunicação distribuídos de forma desigual: 49% das cidades tinham um meio, já as restantes 51% eram “desertos de notícias”. A solução apontada para esta problemática seria a criação de meios hiperlocais, através dos quais se conseguiria ir ao encontro da “essência da profissão”, explicou o palestrante Fernando Firmino: “servir a sociedade”. De facto, já em 2012, Castilho afirmava que, desde o *State of the News Media 2010*, se defendia que a cobertura local era uma opção que não podia ser descartada, especialmente numa altura em que a imprensa revia o seu modelo de negócios, graças ao “surgimento das novas tecnologias da informação e comunicação”. Acrescentava ainda que já não havia dúvidas de que a cobertura jornalística local e hiperlocal só seria possível “com a participação do público na produção de notícias”, avisando, porém, que não adiantava “centenas de pessoas começarem a mandar fotos ou notícias para um jornal”, pois este não teria capacidade para processar toda a informação, motivo pelo qual sugeria “*sites* de notícias produzidos por jornalistas independentes, que funcionem como intermediário entre o cidadão e a imprensa”.

3.3.O blogue

Como vimos no subcapítulo anterior, um dos problemas da criação dos *sites* hiperlocais prende-se com a sua fraca rentabilidade. Por exemplo, o *Washington Post* viu-se obrigado a fechar o seu projeto hiperlocal, o *Loundoun Post*. Daí surge, também como já vimos, a alternativa dos blogues. Um blogue “pode ser definido como uma espécie de diário eletrónico frequentemente atualizado” (Aguaded e Baltazar, 2005, 1), isto é, como indicam Granado e

Barbosa (2004), “uma página da Internet, atualizada com muita regularidade, organizada cronologicamente” (12). Porém, como ressaltam Aguaded e Baltazar (2005), os blogues podem não ser diários pessoais, uma vez que existem blogues criados e geridos por vários membros, reunindo, assim, um grupo de pessoas em torno de um interesse comum. Para além disso, os blogues tanto podem ser temáticos como generalistas, e estabelecem ligações a outros blogues, criando-se, deste modo, uma “corrente” ou uma “comunidade” (Aguaded e Baltazar, 2005, 1). Neste ponto, Granado e Barbosa (2004) explicam que “a troca de ideias e de informação é inevitável” (19), uma vez que os leitores mais assíduos são também *bloggers*, o que leva à formação de comunidades virtuais temáticas, com os seus participantes a discutirem os temas de interesse comum.

De uma forma mais geral, os blogues “são utilizados para comunicar, como o correio eletrónico, permitem discutir e analisar assuntos, à semelhança dos fóruns de discussão; possibilitam o contacto entre pessoas distantes que partilham ideias e objetivos comuns, como os *chats*, e são facilmente acedidos pela World Wide Web” (Barbosa e Granado, 2004, 12). Tendo em conta esta realidade, Mark Glaser (como citado em Bravo, 2012) defende que os *sites* hiperlocais tanto podem ser executados como um complemento para um meio de comunicação como através de um blogue sem fins lucrativos. O que importa, salienta, é o “sentimento de ligação a uma fonte de notícias que a envolve [a uma comunidade] e que permite discutir questões locais do seu interesse”.

Na dissertação de Bravo (2012), *O jornalismo hiperlocal na era digital: o contributo e o papel do blogue Graciosa Online para a RTP*, o caso de estudo é precisamente o blogue “Graciosa Online”, um projeto hiperlocal da RTP/RDP Açores, levado a cabo por Luís Costa, repórter residente na Graciosa, com a colaboração dos seus residentes.

O próprio PÚBLICO já equacionou a ligação do antigo blogue “A Baixa do Porto” ao seu *site*, conforme nos diz Abel Coentrão, jornalista do PÚBLICO, em entrevista [ver anexo]. Há blogues que ainda são fonte recorrente para a secção Local, como o “Fórum Cidadania Porto” e o “Fórum Cidadania Lisboa”, havendo já, nestes casos, alguma colaboração entre jornalistas e cidadãos.

Granado e Barbosa (2004) especificam que, se “durante um período inicial desenrolou-se uma desconfiança mútua entre alguns autores de *weblogs* e alguns jornalistas”, recentemente “elementos dos dois grupos têm vindo a compreender que podem beneficiar uns com os outros”

(51). Os autores defendem que os blogues podem ser complementares ao jornalismo, podendo ser utilizados por meios de comunicação e jornalistas. Granado e Barbosa (ibid.) apresentam ainda ideias sugeridas por David Winer, tais como a disponibilização de blogues por parte de jornais para os seus jornalistas e leitores: “a rede desenvolver-se-ia quando os jornalistas comessem a criar ligações para os artigos que considerassem mais interessantes e ouvir (ou melhor, ler) o que os seus leitores pensavam do que o jornal produzia” (53). Para além disso, “os jornalistas começavam também a recolher informações sobre eventuais temas que os leitores considerassem interessantes e merecedores de atenção do jornal” (53). Por sua vez, os leitores poderiam fazer chegar ao jornal informações novas, propor temas para reportagens e comentar o trabalho do jornal.

Como resumem Aguaded e Baltazar (2005), o que torna os blogues apelativos é o facto de serem uma forma “fácil”, “rápida” e “acessível” de qualquer um escrever sobre determinados assuntos. Hoje, apesar de a blogosfera estar a perder adeptos, face ao surgimento das redes sociais e dos grupos de *Facebook*, o blogue continua a ser um instrumento com potencial para uma solução hiperlocal, e daí o próprio Abel Coentrão falar da possibilidade de ancorar blogues hiperlocais ao *site* do PÚBLICO, sendo, todavia, fundamental haver um jornalista para seleccionar e gerir a informação – no fundo, indo ao encontro daquilo que é preconizado por Castilho (2012).

3.4. O hiperlocal no panorama nacional

A primeira proposta hiperlocal em Portugal surgiu a 13 de fevereiro de 2012 e chamava-se “MaisMinho.pt”. A experiência durou pouco tempo. Contudo, apesar disso, existem bons motivos para acreditarmos que o hiperlocal pode ser uma solução para alguns dos problemas da imprensa regional e local. No subcapítulo 1.3, apontávamos a desertificação das áreas mais afastadas das grandes cidades, o fraco financiamento e a dependência das elites políticas e económicas como desafios enfrentados pelos *media* regionais. Santos (2017) revela que “o trabalho em rede e a coordenação entre as redações ainda não está enraizado nestes *media* [*media* locais], mas pode vir a revelar-se como um dos caminhos para a sobrevivência” (19). Tait (como citado em Santos, 2017) dá o exemplo do Reino Unido, onde uma tentativa da BBC de alargar a cobertura local foi altamente contestada pelos meios de comunicação locais ingleses. O que acontecia era que a BBC já estabelecia parcerias com órgãos locais – nesta lógica, Santos (2017) reforça: “Articular esforços e gerir recursos pode vir a ser um importante

complemento à produção de conteúdos em que os *media* estão centrados neste momento” (19), tal como é defendido, uma vez mais, por Abel Coentrão e Castilho (2012).

As parcerias entre jornais nacionais e *sites* hiperlocais podem ser uma forma de se lutar contra o abandono dos territórios esquecidos e também contra a dependência que os jornais regionais têm de elites políticas e económicas. A articulação entre jornais regionais e locais com o PÚBLICO já foi realizada através do *site* “Cidades.publico.pt”, que se encontra neste momento parado, também porque a produção *online* dos títulos regionais é muito escassa, e por este motivo é que poderia fazer sentido a intervenção direta dos cidadãos.

Em 2007, criava-se o Portal Imprensa Regional, um portal que aloca os conteúdos *online* da imprensa regional portuguesa. Porém, e conforme corrobora Jerónimo (2015), foram poucos os jornais que aderiram até 2010 (48, um número muito pequeno em relação aos meios regionais e locais inscritos na ERC). No *Facebook* do Portal, as últimas publicações são 2012... Em entrevista com José Pedro Tenreiro, membro do Fórum Cidadania Porto [ver anexo], discute-se precisamente o problema de os jornais regionais, pela dependência de financiamento, muitas vezes terem medo de abrir o espaço aos leitores e de suscitar discussão... por outro lado, a criação de grupos ou blogues revela-se também difícil (Tenreiro dá mesmo o exemplo da sua cidade natal, Viseu, onde já tentou implementar o mesmo modelo que o Fórum Cidadania Porto), pela falta de pessoas. Tenreiro explica ainda que o Fórum Cidadania Porto só tem a visibilidade que tem graças à sua divulgação por parte de jornais, motivo pelo qual a parceria entre jornais e *sites* hiperlocais (especialmente das zonas do Interior) poderá fazer sentido.

No entanto, há críticas a este modelo, por causa da falta de acesso às novas tecnologias. Aldridge (como citado em Santos, 2017) refere precisamente que estas novas tecnologias não são inclusivas, e que os telemóveis, que possibilitam a partilha de conteúdos na Internet, são bastante caros. Se tivermos em conta o panorama português, em que os contrastes entre Interior e Litoral são dramáticos, esta questão é pertinente. Contudo, a valorização da informação local e da sua presença no meio digital, ligada a um meio nacional, poderia ser um incentivo para a dinamização e o desenvolvimento destas áreas, permitindo que, a longo-prazo, a população tivesse acesso e soubesse como utilizar as novas tecnologias.

O caso do PÚBLICO

Concluída a revisão da literatura relativa ao jornalismo local, ao jornalismo digital e ao jornalismo hiperlocal, chega a altura de me debruçar sobre a experiência de estágio na secção Local-Porto do PÚBLICO, de 1 de Junho a 1 de Setembro.

4.1. Organização e funcionamento

Ao chegar ao PÚBLICO, no dia 1 de Junho, estabeleci imediatamente contacto com a editora da secção, Ana Fernandes, que trabalha na redacção de Lisboa. Por serem tempos atípicos, em que a redacção do jornal estava praticamente vazia (salvo uma colega estagiária e três fiéis jornalistas de outras secções), raramente comuniquei presencialmente com os jornalistas do Local. Com a Ana Fernandes, por estar em Lisboa, comuniquei exclusivamente por telefone. O contacto estabelecido entre jornalistas e editora era maioritariamente realizado através de um *chat* de *Facebook* ou, quando a Ana Fernandes estava de férias e o Abel Coentrão assumia a liderança, através da plataforma *Asana*.

Fazem parte da secção Local os seguintes jornalistas: Abel Coentrão (Porto), João Pedro Pincha (Lisboa), Cristiana Moreira (Lisboa), Mariana Correia Pinto (Porto). Durante grande parte do período de estágio, contámos com a Adriana Peixoto, de Felgueiras, também estagiária, e ainda com os correspondentes: Tiago Mendes Dias (Minho e Braga), Maria José Santana (Aveiro), Camilo Soldado (Coimbra), Carlos Cipriano (Oeste, a partir das Caldas da Rainha), Jorge Talixa (Ribatejo), Francisco Alves Rito (Setúbal), Carlos Dias (Alentejo), Idílio Revez (Algarve), Rui Pedro Paiva (Açores) e Márcio Berenguer (Madeira). Ficam assim, a descoberto, o Alto Minho, Vila Real e Bragança.

Logo à partida, podemos concluir que a secção Local conta com menos jornalistas do que a maioria das outras secções. Deste modo, tornava-se muito complicado que os jornalistas estivessem disponíveis para os imprevistos que surgissem. Ao longo do estágio, tive a oportunidade de poder “saltar” para alguns dos imprevistos, acabando por fazer reportagens que já nem sequer eram esperadas, como foi o caso da noite de São João passada num Porto deserto. Pude ainda cobrir alguns eventos conhecidos apenas à última da hora, como foi o caso da greve da STCP. E, porque o Local vive muito do que observamos na cidade, tive total

liberdade para propor temas e levá-los avante, muitas vezes conseguindo publicá-los no papel. Se, nos primeiros dias, escrevi algumas notícias com base em comunicados, assim que comecei a fazer propostas, passei a dedicar-me quase exclusivamente à escrita de reportagens.

Apercebi-me rapidamente que o Local vive de um grande dinamismo de ideias. Nunca tive uma grande urgência em publicar nada *online*, mas houve algumas alturas em que escrevi sob pressão para enviar as reportagens a tempo do fecho do jornal. Acontecia, por vezes, não haver ainda nada determinado para a publicação do dia seguinte, motivo pelo qual se tinha de “desenrascar” alguma coisa à última hora. Apesar de, por vezes, o funcionamento ser caótico (agravado pelo distanciamento entre as pessoas), a experiência foi muito positiva e permitiu-me contar histórias muito relevantes da cidade do Porto. Não nos podemos esquecer ainda que, havendo só uma editora (para o Porto e para Lisboa), a dificuldade em conjugar as duas realidades, gerindo duas edições impressas, é acrescida.

4.2. O potencial do jornalismo local como “regenerador” de um “espaço público local”

No subcapítulo 1.5, refiro-me a Vítor Amaral e à sua ideia de que o jornalismo local pode contribuir para a “regeneração” de um “espaço público local”. Assim, neste subcapítulo, analisarei todas as reportagens que redigi para a secção Local durante o período de estágio, de forma a perceber qual o impacto que tiveram nas diversas comunidades do Porto. Para além disso, explicarei os caminhos que levaram à escolha destes temas.

O Porto, sendo a segunda maior cidade do país, engloba, na era da digitalização, diversos grupos e realidades, comprovando-se, assim, uma tendência de “glocalização”. Durante o estágio, procurei dar voz a grupos novos e velhos, trazendo as suas preocupações para o debate público. Vejamos então...

-No dia 11 de Junho de 2020, publicava-se **“Da Foz à Baixa: a nova realidade das mercearias do Porto”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Esta primeira reportagem tinha como principal objetivo retratar a realidade do comércio local um pouco por todo o Porto, na fase do desconfinamento. Para tal, desloquei-me a quatro mercearias, constatando que, perante a abertura das grandes superfícies, a afluência a estes

estabelecimentos tinha diminuído consideravelmente. Para além de ter procurado representar os trabalhadores de comércio local, procurei ainda soluções para o panorama vivido.

A Internet, de facto, permitiu que o mundo se alargasse. Através dos blogues e dos fóruns, estabelece-se a famosa interatividade de que já falamos, possibilitando o diálogo entre jornalistas e leitores. Através do jornalista Abel Coentrão, passei a conhecer vários grupos relacionados com o planeamento urbano das cidades, grupos através dos quais contactei com novas formas de viver as cidades, especialmente na era covid. Foi neste contexto que “conheci” José Carlos Mota, diretor do mestrado de Planeamento Regional e Urbano da Universidade de Aveiro e defensor de iniciativas para a dinamização das ruas e do comércio local, que se tornou uma fonte valiosa para muitos trabalhos. Recorri ainda a um estudo realizado pela *BroadwayMalyan* relativamente a estratégias a adotar para cidades mais sustentáveis, e falei com Joel Azevedo, presidente da Associação dos Comerciantes do Porto, para perceber que medidas estavam a ser empreendidas.

-No dia 22 de junho de 2020, publicava-se **“Não há um único martelo à vista nas ruas do Porto em véspera de São João”**.

Perante o cancelamento dos festejos da grande festa do Porto, foi também proibida a venda dos famosos martelos. Durante uma tarde, percorri a baixa da cidade, à procura de martelos nas vendas de rua, encontrando apenas manjericos. A maioria das vendedoras queixava-se dos poucos clientes que ia recebendo, lamentando ainda um ano triste como o de 2020.

-No dia seguinte, dia 23, publicava-se **“Neste São João triste, há que ‘manter o espírito’ no Porto”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Esta reportagem foi realizada durante a tarde do dia 23 por várias áreas do Porto conhecidas pelos festejos de São João. Eu e o Paulo Pimenta sondámos locais na zona das Fontainhas, nas ilhas de São Victor, na praça da Alegria e na Ribeira. Convivemos com famílias que preparavam uma festa um pouco diferente do habitual, de porta fechada, e com todos os cuidados que a pandemia exigia. Aqui pude realmente perceber a “amizade” que os locais esperam dos jornalistas. Na Ribeira, fomos recebidos com jantar na mesa e imediatamente convidados para nos juntarmos à festa.

-Ainda no dia seguinte, dia 24, publicava-se, de madrugada: **“No Porto, um São João inédito uniu os fregueses”**, também com fotografia de Paulo Pimenta.

Esta reportagem documenta uma noite atípica de São João, na qual, pelas 23 horas, o mítico Café Piolho, que acolhia ainda algumas pessoas, fechou, obrigando os seus clientes a rumar para casa. Entre eles, havia turistas e alunos de ERASMUS que já se identificavam com o Porto e com a festa de São João (uma vez mais, o local e o global andam de mãos dadas). Entretanto, por ruas vazias, conversámos com um taxista que lamentava a sua sorte, assistimos à ascensão de um balão e acabámos na Ribeira, onde alguns moradores celebravam como podiam. Aqui constatei que as pessoas queriam ser ouvidas.

-No dia 30 de junho, publicava-se **“Porto acordou sem autocarros: ‘A gente quer ir trabalhar e não pode’”**, com fotografia de Nelson Garrido e colaboração com o jornalista Abel Coentrão.

A greve da STCP neste dia deixou muitos trabalhadores desnorteados nas paragens de autocarro. Eu e o fotógrafo falámos com várias pessoas na zona da Casa da Música e, em seguida, partimos para Francos, onde marcavam ponto os motoristas em greve, desde as 23 horas do dia anterior, insatisfeitos com a “ausência de avanços nas negociações sobre salários, carreiras e horários de trabalho”. Procurámos ainda falar com a Câmara do Porto, a Comissão dos Trabalhadores e o Metro do Porto, que neste dia circulou completamente lotado.

-No dia 2 de julho, publicava-se **“Escadas de Miragaia: ‘Isto veio pelo turismo, não pelos moradores’”**, com fotografia de Nelson Garrido.

Em Miragaia, ligando a cota alta à cota baixa da cidade, foram inauguradas as já muito aguardadas escadas rolantes, que se destinariam à população idosa. Porém, ao entrevistar vários locais, apercebi-me que os idosos eram já escassos na área devido à construção de *hostels*. Para além disso, as escadas rolantes apresentavam algumas falhas, elencadas pelos moradores, que demonstravam preocupação relativamente à falta de segurança noutros pontos da cota alta.

-No dia 5 de julho, publicava-se **“A bicicleta no Porto: ‘Quantos mais formos, mais seguras serão as ruas’”**, com fotografia de Manuel Roberto.

Após o trabalho realizado acerca das mercearias, passei algum tempo a estudar quais as possibilidades para a cidade na era pós-covid. Li sobre a dinamização do comércio local, a

criação de *parklets* e ainda sobre a promoção do uso da bicicleta. Assim sendo, procurei perceber quais eram as principais dificuldades sentidas pelos ciclistas da cidade, e que caminhos podiam ser adotados para o Porto se tornar numa cidade *bike-friendly*. O resultado foi esta reportagem, que inclui entrevistas com o dono de uma loja de bicicletas, uma investigadora do Centro de Estudos de Arquitetura e Urbanismo, o coordenador do projeto U-Bike e dois ciclistas. A ideia da bicicleta acabou por chegar através de fóruns e blogues sobre o planeamento das cidades na atualidade.

-No dia 12 de julho de 2020, publicava-se **“Parklets: e se partilhar o estacionamento com os peões fosse o futuro?”**, um pouco na lógica da reportagem anterior.

Os *parklets*, surgidos nos anos 70 nas ruas da Califórnia, são uma forma de aproveitamento dos passeios para dinamização do comércio local e, durante a pandemia, servem para reforçar a necessidade de distanciamento. A reportagem inclui depoimentos de membros da associação Rés-do-Chão, do manifesto URBInLAB da Faculdade de Arquitectura de Lisboa e, uma vez mais, de José Carlos Mota. O objetivo principal consistiu em pensar maneiras de implementar *parklets* no país.

-No dia 27 de julho, publicava-se **“Arredados de Lisboa, turistas já começam a arribar ao Porto”**, com o jornalista Henrique Martins e fotografia de Rui Gaudêncio e Paulo Pimenta.

Um retrato das duas maiores cidades durante o verão da pandemia, com entrevistas aos turistas encontrados pelos principais pontos. O Porto demonstrou ter mais turistas e descontração, com diferentes povos a expressarem opiniões muito variadas sobre as medidas restritivas adotadas pelo governo português.

-No dia 30 de julho de 2020, publicava-se **“Petição pública abriu caminho para discussão sobre o túnel de Miramar, mas nem todos estão satisfeitos”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Perante a iminência da construção de um túnel na avenida Vasco da Gama, em Miramar, a associação Amigos de Miramar lançou uma petição pública contra o projeto. A Câmara, face a tal petição, reagiu, promovendo o diálogo com a associação. Porém, alguns cidadãos

manifestaram desagrado, por não terem sido informados e por não lhes ter sido permitido opinar – esta reportagem deu-lhes voz.

-No dia 8 de agosto, publicava-se **“Da *street* aos *skateparks*, o Porto tem cada vez mais *skaters*”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Tal como os ciclistas, os *skaters* do Porto também têm muito a dizer sobre a falta de “ajudas” para a prática do desporto. Eu e o Paulo Pimenta passámos por vários sítios onde se pratica *skate* (Casa da Música, Parque de Ramalde, Câmara de Gaia e *skatepark* da Maia) para ouvirmos esta comunidade, cada vez maior, que continua a sentir-se desapojada pela população e pelas Câmaras. Uma vez mais, uma modalidade que já ganhou muito adeptos no Porto, que aproveitam muitas das particularidades da cidade para poderem *skatar*.

-No dia 21 de agosto, publicava-se **“Em Mindelo, a vizinhança cresce nas mãos que limpam as ruas, sem herbicida”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Esta reportagem passa por alguns pontos da freguesia de Mindelo, onde a aplicação de glifosato foi banida, nascendo o projeto “Adopte Uma Rua”, que mobilizou a população para a limpeza das ervas daninhas. Para além de uma conversa com o presidente da Junta, Cláudio Matos, assistimos à limpeza das ervas daninhas pelos cidadãos, unidos por uma causa comum.

-No dia 26 de agosto, publicava-se **“Elas querem mais mulheres no skate. Porque não é uma ‘brincadeira de rapazes’”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

A partir do testemunho de Lenyta Camargo para a reportagem do *skate*, fiquei a conhecer o projeto de *instagram* *Herwheels*, que quer incentivar as raparigas à prática do *skate*. Numa tarde, na Casa da Música, encontrámo-nos com oito raparigas *skaters* que falaram um pouco sobre a sua experiência.

-No dia 30 de agosto, publicava-se **“Cá vai bomba!': a nova geração de mergulhadores do Douro”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Uma prática imortalizada no filme *Aniki Bobó*, mas que continua a ser praticada pelas novas gerações. O Pilotos, perto do Campo Alegre, o heliporto do *SkyDouro* e a Ribeira foram os sítios escolhidos para falar com os jovens mergulhadores, que aproveitavam os últimos laivos das férias de verão.

-No dia 1 de setembro, publicava-se **“Gaia quer pôr mais cidadãos a dizer o que faz falta na rua onde vivem”**, com fotografia de Nelson Garrido.

A experiência “Meu Bairro, Minha Rua” foi implementada em Gaia, em 2019, tendo como objetivo procurar soluções para a requalificação das ruas. Nesta reportagem, foram entrevistados locais em relação à construção de uma rampa de acesso a caminho da Escola Secundária Almeida Garrett e de mais passadeiras (e melhores) e à colocação de um ripado de plástico reciclado num antigo muro. A requalificação alargar-se-ia a outras ruas.

-No dia 17 de outubro, publicava-se **“Um passeio pela Rua das Flores, um ‘shopping artístico’”**, com fotografia de Paulo Pimenta.

Um ponto do Porto obrigatório para todos os turistas (e moradores!), a rua das Flores, tornou-se, nos últimos anos, uma galeria de arte. A reportagem inclui entrevistas a seis dos artistas que exibem as suas obras nas paredes.

Com esta análise, e tendo em conta tudo o que observei ao longo do estágio, posso concluir que, mesmo na era da informação, não podemos prescindir da reportagem, especialmente no Local. É precisamente através da reportagem que o jornalista desempenha aquela que é a principal missão do jornalismo local: promover uma cidadania ativa, ouvindo e retratando as dificuldades dos locais e ainda incentivando o seu diálogo com o poder.

4.3. O hiperlocal como forma de preencher lacunas e dinamizar territórios

Em tempos, o PÚBLICO dispunha de um caderno autónomo dedicado ao Local, e mais tarde ainda chegou a contemplar quatro edições: Local-Lisboa, Local-Porto, Local-Braga e Local-Coimbra. Com o crescente desinvestimento neste tipo de jornalismo, o PÚBLICO encontra-se hoje reduzido a Lisboa e a Porto, como se o país se pudesse resumir a esses dois polos. Apesar de uma clara bipolarização em torno destas duas cidades, o jornal continua a procurar informação em relação ao resto do país com a ajuda dos seus correspondentes (cada vez menos ao longo dos anos). Porém, há, inevitavelmente, áreas que ficam por cobrir e, muito provavelmente, histórias que ficam por contar. Nas palavras de Ana Fernandes [ver anexo], há, de facto, “uma maior dificuldade em chegar a alguns pontos que não tenham correspondentes”.

Apesar disso, como já vimos anteriormente, um jornal nacional não tem o mesmo propósito que um jornal regional, mas pode sim, ser uma alavanca para que o meios regionais

e locais se tornem mais visíveis e/ou para que as comunidades de diversos pontos do país partilhem informação. É neste sentido que o hiperlocal deveria intervir, e o PÚBLICO já fez algumas tentativas nesta área.

Em 2010, o PÚBLICO lançava “*A minha rua é notícia*”, página através da qual os moradores do país podiam partilhar informações sobre a sua localidade. Mas o projeto pouco durou, e a única memória do mesmo passa apenas por uma sinopse num velho *site*: “*Um buraco na estrada, uma obra mal feita, um problema na freguesia sem solução há anos, novos espaços verdes, edifícios degradados recuperados, iniciativas de moradores para melhorar a sua rua. O PÚBLICO convida os leitores a denunciarem e partilharem estes e outros casos que se passem à porta da sua casa ou no seu bairro através de fotografias, vídeos e textos*”.

Para além desta iniciativa, até 2019, o *site* “cidades.publico.pt” foi atualizado, agregando notícias dos diversos pontos do país – bastava carregar na sua localidade para as descobrir. No entanto, também esta página acabaria por ser abandonada.

4.4. O estudo de caso

Para provar que há uma necessidade de colaboração com os meios regionais e/ou com os leitores no âmbito do jornalismo local, isto não só porque falta cobertura por parte dos jornais regionais, mas também porque os jornais nacionais muitas vezes se esquecem do Interior do país, **analisei todas as publicações da secção Local, do jornal PÚBLICO, durante o mês de agosto**. Primeiro, no *online*, avaliando os tipos de artigos jornalísticos publicados, bem como as zonas do país sobre as quais incidiam. Por fim, no papel, procurando perceber ainda como é feita a gestão entre o papel e o *online*.

4.4.1. Análise do online

Portanto, começando pelo *online* (ver tabela 1), constatei que se publicou um número esmagador de notícias em relação a reportagens, seguindo-se a lógica de “alimentar o sistema” através da publicação de notícias *online*, como já vimos anteriormente.

NOTÍCIAS (escritas pelo PÚBLICO)	79
NOTÍCIAS (escritas pela LUSA)	60
NOTÍCIA (pelo PÚBLICO/LUSA)	3
REPORTAGENS (pelo PÚBLICO)	14
PERFIL (pelo PÚBLICO)	1
ENTREVISTA (pelo PÚBLICO)	1

Tabela 1 – Textos (de acordo com género e autoria) na secção Local do site publico.pt em agosto de 2020

Das notícias escritas pelo PÚBLICO, procurei então perceber sobre que áreas territoriais versavam:

GRANDE LISBOA	28
GRANDE PORTO	19

REGIÃO CENTRO	8
REGIÃO NORTE (*)	7
REGIÃO ALENTEJO	5
REGIÃO ALGARVE	5
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	1
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	1
GERAL	5

(*) – excluindo Grande Porto

Tabela 2 – Áreas sobre as quais incidem as notícias pelo PÚBLICO no site publico.pt em agosto de 2020

Confirma-se, portanto, um maior foco nas zonas do Porto e de Lisboa. Em seguida, verifiquei se as notícias assinadas pela Lusa colmatavam algumas áreas que acabaram por não ser retratadas pelo PÚBLICO, na eventualidade de preencherem alguma lacuna:

GRANDE LISBOA	16
---------------	----

GRANDE PORTO	14
REGIÃO NORTE (*)	11
REGIÃO CENTRO	9
REGIÃO ALENTEJO	6
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	3
PORTO/LISBOA/FARO	1

(^a) – excluindo Grande Porto

Tabela 3 – Áreas sobre as quais incidem as notícias pela LUSA no site publico.pt no mês de agosto de 2020

Uma vez mais, podemos concluir que o Porto e Lisboa dominam, o que, por um lado, prova que a quantidade de notícias nestas cidades é, de facto, maior, pela sua dimensão e dinamismo, mas, por outro, que os jornalistas estão mais atentos ao que acontece nas duas grandes metrópoles e que muitos territórios ficam por explorar. Isto deve-se, claro, à realidade do nosso país.

Para além disso, verifiquei que 12 das notícias publicadas foram escritas recorrendo a comunicados de imprensa, e apenas seis implicaram a saída da redação. Houve uma notícia cuja principal fonte foi o blogue “Fórum Cidadania Lisboa”. As restantes (a maioria) partiram de comunicados, anúncios, notas de imprensa, estudos, relatórios, etc. complementados com declarações por chamadas telefónicas. Assim se evidencia uma tendência para a sedentarização do jornalismo (mesmo no jornalismo local), bem como a falta de tempo (e recursos) para se explorar cada tema a fundo.

Contudo, embora se verifique uma bipolarização das notícias em torno do Porto e de Lisboa, o PÚBLICO aposta muitas vezes em reportagens que vão para além das duas principais cidades, de forma a cativar a atenção dos leitores, especialmente daqueles que leem no papel. Assim, apesar da tendência de sedentarização do jornalismo, o Local continua a ser das secções que mais “vai para a rua”, promovendo o diálogo com os cidadãos, tal como afirma Ana Fernandes em entrevista [ver anexo]. O recurso às agências noticiosas, um cenário muito observado no jornalismo da atualidade, não é tão notório quanto nas outras secções (se bem que, como vimos, a publicação de notícias da agência Lusa tenha bastante peso). Para além disso, as reportagens do PÚBLICO são de qualidade e procuram cumprir a missão do jornalismo local: contar as histórias das comunidades locais, promovendo uma cidadania ativa. Analisemos então as reportagens publicadas no mês de agosto:

-No dia 1 de agosto, publicava-se **“Manter uma debulhadora com 70 anos: ‘É um acto de resistência porque precisamos muito de trigo’”**, com texto de Alexandra Prado Coelho, que nos leva à Póvoa, Cadaval, contando a história de uma debulhadora que permite o semeio e a colheita de trigo há 70 anos. Aqui, os protagonistas são os produtores locais. Uma história que vai para além do burburinho das grandes cidades.

-Ainda no dia 1 de agosto, publicava-se **“Vou resistir o máximo que puder’. Inquilinos de prédios expropriados para construção da mesquita da Mouraria têm de os desocupar”**, com texto de Cristiana Faria Moreira. Esta é uma história que dá voz aos moradores da rua Benfornoso, Lisboa, que teriam de abandonar os prédios onde viviam para a construção de uma mesquita.

-No dia 2 de agosto, publicava-se **“Já se trabalha para devolver o rio Leça à população, mas é preciso despoluir”**, com texto de André Borges Vieira, que se refere ao projeto de requalificação da zona envolvente do rio Leça, apelando ainda à despoluição das águas.

-No dia 3 de agosto, publicava-se **“Casa de Arte Nova no Porto danificada por obra de um prédio ao lado”**, com texto de Abel Coentrão, fotografia de Paulo Pimenta, que nos leva à Casa de Arte Nova, no Porto, e à sua História, posta em causa pelas obras de um edifício de apartamentos.

-No dia 3 de agosto, publicava-se **“Variedade regional, o pêro de Monchique vai renascer à beira de um convento em ruínas”**, com texto de Idálio Revez, fotografia de Rui Gaudêncio, que conta a história da “quase extinção” do pêro de Monchique e dos agrónomos da área. Uma vez mais, fugimos do foco das grandes cidades.

-No dia 6 de agosto, publicava-se **“Fábrica Social fecha portas, Visões Úteis muda-se para Campanhã”**, com texto de Mariana Correia Pinto, fotografia de Adriano Miranda, que se refere à venda do edifício da Fábrica Social, dantes ocupado pela companhia Visões Úteis, no Porto.

-No dia 8 de agosto, publicava-se **“Da street aos skateparks, o Porto tem cada vez mais skaters”**, da minha autoria, com fotografia de Paulo Pimenta.

-No dia 8 de agosto, publicava-se **“Depois de 40 anos ‘perdida’ num tribunal, o reencontro com a última obra de Manuel Lopes”**, com texto de Cristiana Faria Moreira, fotografia de Diogo Ventura, sobre a obra esquecida de Manuel Lopes, no átrio do primeiro andar do Palácio da Justiça de Torres Novas.

-No dia 8 de agosto, publicava-se **“A noite faz-se na esplanada, ainda sem discotecas e a ‘minimizar os danos’”**, com texto de André Borges Vieira, fotografia de Paulo Pimenta, acerca da noite no Porto num ano diferente.

-No dia 9 de agosto, publicava-se **“Porto tenta apanhar o pelotão das cidades amigas das bicicletas”**, com texto de Abel Coentão, fotografia de Paulo Pimenta, sobre as obras iniciadas na Boavista para a criação de uma primeira rede estruturante de vias cicláveis.

-No dia 17 de agosto, publicava-se **“Entre a habitação social e o mercado: quando a casa é uma luta sem chão e sem tecto”**, com texto de Mariana Correia Pinto, fotografia de Paulo Pimenta, sobre os despejos na cidade do Porto que tinham sido suspensos devido à pandemia. A suspensão, no entanto, chegava ao seu término em setembro.

-No dia 20 de agosto de 2020, publicava-se **“Sem mordomia nem procissão, este Agosto não é o mesmo em Viana”**, com texto de Tiago Mendes Dias, fotografia de Paulo Pimenta, sobre as festas de Viana do Castelo, adiadas pela pandemia. Fora dos focos, apelando à tradição.

-No dia 21 de agosto, publicava-se **“A pandemia é mais uma peça para o museu da Óptica Brasil”**, com texto de João Pedro Pincha, fotografia de Daniel Rocha, sobre a oculista do Largo do Rato que é gerida pela quarta geração de uma família que assistiu às mudanças de Lisboa com o passar dos anos.

-No dia 31 de agosto, publicava-se **“Queira Deus que não haja contágio.” Vizinhos da Festa do *Avante!* vão da confiança à reclusão”**, com texto de Cristiana Faria Moreira, fotografia de Rui Gaudêncio, sobre a comunidade que habita junta à Quinta da Atalaia, no Seixal, onde se realizou a polémica Festa do *Avante!*. Uma problemática muito badalada, e que também se afasta do Porto e Lisboa.

Para além destas reportagens, ainda saíram, no papel, mais quatro, que, *online*, foram publicadas no site do P3:

-No dia 21 de agosto, publicava-se **“Em Mindelo, a vizinhança cresce nas mãos que limpam as ruas, sem herbicida”**, da minha autoria, com fotografia de Paulo Pimenta.

-No dia 21 de agosto, publicava-se **“Estes silos conservam artistas e estão há dez anos a fixar jovens nas Caldas da Rainha”**, com texto de Carlos Cipriano, fotografia de Daniel Rocha, sobre os antigos silos de cereais das Caldas da Rainha, transformados num espaço criativo para jovens artistas.

-No dia 26 de agosto, publicava-se **“Elas querem mais mulheres no *skate*. Porque não é uma ‘brincadeira de rapazes’”**, da minha autoria, com fotografia de Paulo Pimenta.

-No dia 30 de agosto, publicava-se **“Cá vai bomba!”: a nova geração de mergulhadores do Douro”**, da minha autoria, com fotografia de Paulo Pimenta.

Ainda se publicou um perfil, que implicou a saída da redação:

-No dia 23 de agosto, publicava-se **“O fotógrafo do quotidiano portuense que não deixava nada por dizer”**, com texto de Mariana Correia Pinto, fotografia de Paulo Pimenta, sobre o jornalista, escritor, professor e fotógrafo portuense Henrique Guedes de Oliveira, a propósito da disponibilização do seu arquivo *online*.

Das 18 reportagens publicadas, seis vão para lá das duas principais cidades. Esta situação é, claro, natural, tendo em conta que a maioria dos jornalistas se encontra nas duas áreas metropolitanas. Contudo, estas reportagens contam boas histórias sobre as pessoas, as suas lutas, dificuldades e necessidades. Agora, sempre que penso em jornalismo de proximidade, lembro-me de um ensinamento da editora Ana Fernandes: “Valoriza sempre a parte humana, a voz do anónimo, aquele com quem ninguém fala. Não lhe tomes as dores, dá-lhe apenas voz”.

4.4.2. Análise do papel

Enquanto o mundo se transfere, todos os dias, um pouco mais para o formato *online*, o jornal resiste e, para a secção Local, continua a ser de grande importância. Tive o “prazer” de sentir a “adrenalina” de ter de acabar uma reportagem para o fecho do jornal. Gerir o Local-Lisboa e o Local-Porto não é tarefa fácil, mas todos os dias esta tarefa hercúlea é empreendida pela Ana Fernandes. Há sempre muitos assuntos para cobrir, e nem sempre jornalistas suficientes. Por vezes, era uma correria para se garantir determinados trabalhos e fotografos. Porém, apesar de todos os percalços, regra geral, o Local tem duas páginas por dia. Privilegiam-se conteúdos mais aprofundados para o papel, mas, por vezes, não havendo tempo para aprofundar determinada notícia, acontece publicarem-se notícias da agência Lusa. Também já aconteceu, como veremos, aos domingos o Local já nem sequer ser contemplado na edição impressa, problema que é aliás apontado pela Ana Fernandes em entrevista [ver anexo].

Eis uma tabela que resume os conteúdos do Local - Porto durante o mês de Agosto:

	Notícias	Reportagens (ou outro)	Lusas	Áreas
1 de Agosto	3	-	-	Gondomar, Marão, Ílhavo
2 de Agosto	-	1	-	Leça

3 de Agosto	-	1	-	Porto
4 de Agosto	3	-	-	Geral, Porto, Vizela
5 de Agosto	3	-	-	Geral, Lisboa, Peneda
6 de Agosto	2	1		Porto, Lisboa, Vizela
7 de Agosto	-	1	-	Caldas da Rainha
8 de Agosto	-	1	-	Porto
9 de Agosto	-	1	-	Porto
10 de Agosto	-	1	-	Porto
11 de Agosto	3	-	-	Porto, Agrela, Montalegre

12 de Agosto	2	1 (Entrevista)	-	Geral, Sabrosa Vila do Conde
13 de Agosto	3	-	-	Vila do Conde, Porto, Sobrado
14 de Agosto	3	-	-	Leixões, Alto Minho, Redunfe
15 de Agosto	1	1 (Opinião)	-	Minho, Porto
16 de Agosto	-	1	-	Geral
17 de Agosto	-	1	-	Porto
18 de Agosto	3	-	-	Geral, Serra d'Arga, Coimbra
19 de Agosto	1	1 (Opinião)	-	Vila do Conde

20 de Agosto	-	1	-	Viana do Castelo
21 de Agosto	2	1	-	Mindelo, Leiria, Algarve
22 de Agosto	3	-	-	Porto, Gaia, Mogadouro
23 de Agosto	-	-	-	-
24 de Agosto	-	1 (Perfil)	-	Porto
25 de Agosto	3	-	-	Soajo, Águeda, Vila do Conde, Póvoa do Varzim
26 de Agosto	-	1	-	Porto
27 de Agosto	1	-	-	Vila do Conde
28 de Agosto	1	-	-	Aveiro

29 de Agosto	2	-	-	Porto, Cantanhede
30 de Agosto	-	1	-	Porto
31 de Agosto	1	-	-	Geral

Tabela 4 – Artigos publicados no papel, na secção Local-Porto, pelo PÚBLICO durante o mês de agosto de 2020

Verificamos que a primazia continua a ser dada ao Grande Porto, se bem que também se publicaram notícias sobre Lisboa e territórios mais a Sul. Tal como já sabíamos, há mais notícias do que reportagens.

Agora vejamos a tabela referente a Lisboa:

	Notícias	Reportagens (ou outro)	Lusas	Áreas
1 de Agosto	1	2	-	Cadaval, Lisboa, Oeiras
2 de Agosto	1	-	-	Silves

3 de Agosto	-	1	-	Monchique
4 de Agosto	3	-	-	Geral, Vizela, Sintra
5 de Agosto	3	-	-	Lisboa, Lisboa, Peneda
6 de Agosto	3	-	-	Lisboa, Açores, Nazaré
7 de Agosto	-	1	-	Caldas da Rainha
8 de Agosto	1	-	-	Lisboa
9 de Agosto	-	1	-	Torres Novas
10 de Agosto	1	-	-	Lisboa
11 de Agosto	1	-	1	Lisboa, Ourique

12 de Agosto	-	1 (Entrevista)	1	Geral, Sabrosa
13 de Agosto	1	-	-	Lisboa
14 de Agosto	2	-	1	Lisboa, Lisboa, Lisboa
15 de Agosto	2	-	1	Lisboa, Guarda, Lisboa
16 de Agosto	-	1	-	Geral
17 de Agosto	-	1	-	Montado
18 de Agosto	1	-	2	Geral, Figueira da Foz, Lisboa
19 de Agosto	2	-	1	Oeiras, Vila do Conde, Idanha-a-Nova
20 de Agosto	1	-	2	Lisboa, Lisboa, Sintra

21 de Agosto	2	1	-	Lisboa, Leiria, Algarve
22 de Agosto	1	-	-	Algarve
23 de Agosto	-	-	-	-
24 de Agosto	-	2	-	Algarve, Algarve
25 de Agosto	1	-	2 (+ PÚBLICO)	Caldas da Rainha, Lisboa, Lisboa
26 de Agosto	1	-	-	Lisboa
27 de Agosto	1	-	-	Lisboa
28 de Agosto	1	-	-	Vila Franca de Xira
29 de Agosto	1	-	1 (+ PÚBLICO)	Faro, Algarve

30 de Agosto	1	-	-	Lisboa
31 de Agosto	1	-	-	Geral

Tabela 5 – Artigos publicados no papel, na secção Local-Lisboa, pelo PÚBLICO durante o mês de agosto de 2020

Lisboa continua a dominar. Por vezes, há repetição de conteúdos da edição do Porto e foram ainda publicadas Lusas. Há mais notícias do que reportagens, mas, tal como no caso do Porto, todas as reportagens publicadas no *online* chegam ao papel. Tendo em conta esta repetição de conteúdos (quer para Lisboa, quer para o Porto), podemos de facto concluir que as duas edições se fecham muito nas duas principais cidades, e que por vezes alguns temas do Porto ou de Lisboa quase ganham “caráter nacional” (isto acontece ainda mais em Lisboa, por ser a capital).

4.4.3. Conclusão da análise

Com os dados recolhidos, podemos aferir que, de facto, vivemos numa era em que se privilegia a atualização dos *sites* em detrimento da procura de estórias de valor. Verificámos que se publicou um número esmagador de notícias em relação aos outros géneros jornalísticos. De salientar ainda o recurso às agências noticiosas como a Lusa. Esta tendência de sedentarização do jornalismo foi já comprovada por autores como Ramonet (1998), Pereira (2004), Amaral (2012), Kovach e Ronsensiel (2014) e Nielsen (2015). Pratica-se, cada vez mais, este jornalismo sentado, tantas vezes dependente de comunicados de imprensa. Em entrevista, quando questionada sobre o jornalismo local antes da Internet, Ana Fernandes responde: “Em termos tecnológicos, não havia Internet, também por isso havia mais rua e mais contacto”.

Porém, apesar de ser evidente que as notícias têm grande peso para a secção, o Local continua a ser das secções que mais procura estórias. Estamos, afinal, a falar de “um jornalismo com mais rostos” que “dá conta de vidas como as nossas, em ruas como as nossas, em cidades como as nossas”, tal como afirma Ana Fernandes. Esta realidade confirma-se ao analisarmos

as reportagens publicadas na secção Local, que chegam todas ao papel. Para além de contarem histórias de todos os dias, sobre pessoas com as quais o leitor se consegue identificar, estas reportagens procuram ainda ir para além das duas principais cidades do país, aquelas que são repetidamente retratadas pelo jornal.

Contudo, embora haja alguma tentativa de “descentralizar”, os números falam por si: há muitas áreas do país esquecidas. “Claro que há muito menos recursos, o país está menos coberto, e as redações [do Porto e Lisboa] estão reduzidas à sua ínfima expressão”, corrobora Ana Fernandes. Vivemos num país de contrastes, e o esquecimento do Interior não passou despercebido nesta análise: “O Interior de Portugal não é um ‘ás’, desaparecem, compete-nos dar voz a essa gente, às vezes não surgem”, atesta, uma vez mais, a editora do Local do PÚBLICO.

Esta realidade prende-se com a falta de recursos advinda da crise do jornalismo, como aliás refere Ana Fernandes. Pereira (2004) corrobora: “essa foi a maneira que as empresas jornalísticas encontraram para manter um sistema de manutenção *online* em fluxo contínuo com quadro profissional reduzido” (96).

A secção Local, do PÚBLICO, é das secções que conta com menos jornalistas, tendo apenas uma editora, a quem compete gerir duas edições em papel. Para além de, no passado, o PÚBLICO dispor de quatro edições impressas, o facto de hoje nem sempre o Local chegar ao papel (como se confirmou na análise) é um reflexo notório do desinvestimento. Há, muitas vezes, repetição de conteúdos de Lisboa para o Porto, e há mesmo dias em que se publicam no papel notícias da agência Lusa. No fundo, comprova-se que a falta de recursos tem levado à “proatividade da assessoria de imprensa”, tal como é explicado por Vasco Ribeiro (2013). “Por questões de poupança, o Local tem cada vez menos espaço, às vezes vejo-me reduzida a uma página. Já aconteceu nem sequer ter uma página. Vivemos em tempo de escassez, a crise do jornalismo é anterior à crise de 2008”, elucida Ana Fernandes.

Em retrospectiva, Abel Coentrão, jornalista da secção Local do PÚBLICO, reflete sobre o Local antes e depois da Internet, concluindo [ver anexo]: “Isto tem a ver com os orçamentos, o jornal perdeu com o mundo todo, teve de ir cortando. O Local deixou de ser caderno, foi reduzido a quatro páginas, agora são só duas e há dias em que não sai... quando se analisam prioridades, o Local perde”.

Mas, apesar destas constatações, o PÚBLICO ainda é prova de que o jornalismo local resiste. As boas histórias, com relevância para as comunidades, continuam a ser escritas e lidas, confirmando-se, uma vez mais, aquilo que é preconizado por Feliciano Duarte Barros (como citado em Jerónimo, 2015): “a informação de proximidade é insubstituível, porque chega onde a outra informação, a nacional, não chega, aborda e fala dos problemas e das aspirações legítimas das pessoas, atinge extratos socioeconómicos esquecidos pela comunicação social nacional”. No entanto, para que o Local ganhe alguma da robustez perdida, sem que se esqueçam os territórios que muitas vezes acabam por não figurar nas páginas dos jornais (tal como constatámos nesta análise), há que tomar medidas. O hiperlocal (como aliás já foi pensado para o PÚBLICO) afigura-se como uma possível solução.

Conclusão

O jornalismo local permitiu, desde sempre, a criação e consolidação de comunidades, conferindo aos habitantes de determinada região um sentido de pertença e identidade. Nesta lógica, é expectável que o jornalista local habite os mesmos espaços que os seus leitores, não só desempenhando o papel de porta-voz, mas também de “bom-vizinho”. Esta realidade, porém, viu-se ameaçada a partir da década de 90, com o surgimento da Internet e a sua consequente explosão.

Com o fenómeno da globalização, assistimos à deslocação das populações para a periferia das cidades, passando a consumir serviços e produtos conhecidos à escala global. Este processo desencadeou também uma sensação de cansaço, de perda de sentido, motivo pelo qual as pessoas voltaram progressivamente a procurar o local, numa lógica de *“think globally, act locally”*. Assim, assistimos a um outro fenómeno, o da “glocalização”, isto é, vivemos uma dualidade entre o “global” e o “local”.

Contudo, esta nova forma de perceber o mundo e as nossas comunidades não foi, claro, a única alteração introduzida pela Internet. De repente, a informação parece emergir de todo o lado, mudando drasticamente a forma de atuação dos jornalistas. Com a avalanche, o jornalista passou a habitar o espaço da redação, a citar outros jornais, a escrever a partir de comunicados e *press releases*, de forma a que os *sites* dos jornais estivessem atualizados ao minuto. O tempo para a reportagem, ou para um jornalismo local realmente engajado com as populações, parece ter-se perdido.

Mas nem tudo é mau: com a Internet, chegou a multimidialidade, a hipertextualidade, a interatividade e ainda a personalização dos conteúdos, ferramentas através das quais se torna possível contar histórias de forma diferente, estabelecendo-se relação direta com os leitores.

Para além disso, com a Internet, chegou a possibilidade de qualquer um poder expressar a sua opinião, contar a sua história através dos blogues e das redes sociais. Um perigo por um lado, uma vantagem por outro. Num mundo que subitamente converge para os grandes centros, em que as pequenas cidades são muitas vezes esquecidas, de que forma podemos garantir que os cidadãos têm acesso a informação sobre as suas comunidades e que a sua voz é ouvida? O

hiperlocal, um serviço de notícias e conteúdos *online* providenciado pelos moradores de determinada região, poderá muito bem ser a resposta, como já se verificou em alguns países.

Através da minha análise da secção Local do PÚBLICO durante o mês de agosto, confirmei que o tempo e os recursos são diminutos, tal como nos indica Ana Fernandes, editora, em entrevista. As notícias dominam a secção (uma grande parte escrita a partir de comunicados de imprensa), os territórios do Porto e Lisboa são os que mais presença marcam, e há dias em que o jornal nem sequer contempla uma página para o Local. A Internet, claro, é parte do problema, como confirma Ana Fernandes: “A Internet ajudou-nos e prejudicou-nos. Abriu-nos o mundo, mas o jornalismo passou a ser descartado, as pessoas acham que lhes é suficiente a informação da Internet, não é preciso filtragem”. Para além disso, a editora ressalva que “agora é mais fácil e simultaneamente menos fácil, o fluxo de notícias é tão grande — há coisas que ficam escondidas”.

Perante uma realidade em que há estórias e territórios sem expressão, o hiperlocal apresenta-se como uma opção. Porém, para isso, e conforme afirma Abel Coentrão em entrevista, é preciso que haja um editor que possa filtrar as informações e que desenvolva os temas sugeridos pelos leitores/moradores (o que seria mais um custo...). Isto já acontece com o exemplo “Graciosa Online”, um blogue ligado à RTP/RDP.

Convém, no entanto, salientar que a análise realizada tem em conta uma amostra muito pequena. Primeiro, porque agosto é conhecido por ser o mês da *silly season*. mas também porque estamos a falar de agosto de 2020, um ano atípico, em que as deslocações se tornaram mais difíceis. Creio que uma análise da secção Local durante um ano pré-covid pudesse ser mais elucidativa, apesar de os resultados provavelmente coincidirem com aquilo que já sabemos: aposta-se cada vez menos na reportagem, mesmo que o Local seja a secção que mais sai à rua, e os conteúdos focam-se maioritariamente nas grandes áreas metropolitanas. No entender de Ana Fernandes, esta realidade não é apenas uma realidade vivida pelo Local, mas sim por todas as secções: “Em todas as secções, há coisas que ficam escondidas”. O problema, defende, tem que ver com a avalanche de informação e a escassez de recursos desencadeada pela crise do jornalismo.

Mesmo assim, apesar destes problemas, o PÚBLICO continua a tentar contorná-los, publicando reportagens que cumprem os objetivos do jornalismo local e, sempre que possível, escrevendo estórias em cidades que não o Porto e Lisboa.

Com base numa análise de um ano dos conteúdos do Local do PÚBLICO, talvez fosse interessante perceber quais as zonas menos retratadas pelo diário e até mesmo as zonas por ele esquecidas, e porquê. Portugal, apesar de pequeno, apresenta tantos contrastes, que é muito fácil esquecermo-nos de zonas desertificadas. Seria pertinente perceber se essas áreas dispõem de meios de comunicação e acesso às novas tecnologias e eventualmente articular o trabalho dos meios presentes (no caso de existirem) com um jornalista (*freelancer* ou correspondente) do jornal. No caso de não haver mesmo um meio de comunicação na área, seria ainda mais oportuno perceber o impacto que a presença de um jornalista poderia desempenhar na dinamização do território. Tudo isto, uma vez mais, implicaria custos (mesmo que este tipo de jornalismo esteja ligado ao contributo dos cidadãos), o que dificulta a sua execução em tempos como os que vivemos.

Porém, num mundo em que as notícias estão sempre a alimentar os olhos dos leitores por detrás dos ecrãs, torna-se fundamental relembrar às pessoas quem são e de onde vêm, pois este é um sentimento humano, que nos leva a procurar um sentido de identidade e de pertença. Assim, urge reforçar o jornalismo local, especialmente agora, numa altura em que o jornal está a decair, e o jornalismo atravessa uma crise. Uma parceria entre meios regionais, os cidadãos e os jornais nacionais seria um caminho possível.

No fim, o que importa realmente é que se procure chegar a todos, aproveitando-se os benefícios da Internet para tal. Na era da informação, não nos podemos esquecer de quem realmente somos e para onde queremos ir.

Bibliografia

Aguaded, I., Baltazar, N. (2005). *Weblogs como recurso tecnológico numa nova educação*. Apresentado no 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Aveiro.

Amaral, V. (2012). A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa. Em J. C. Correia (Ed.), *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades* (pp. 1-16). Obtido de http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf.

Baldessar, M., Dellagnello, P. (2013). Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. *Intexto*, 28, 53-62. Obtido de <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/41161/26091>.

Baine, D. (2012). Hyper-local news: A glue to hold rural communities together?. *Local Economy*, 27(2), 152-166. Obtido de <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0269094211428860>.

Barbosa, S. (2002). *Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais*. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Campo Grande (MS), Brasil.

Bastos, H. (2006). Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. *Comunicação e Sociedade*, 9-10, 103-112. Obtido de <http://bocc.ufp.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>.

Bravo, F. (2012). *O jornalismo hiperlocal na era digital: O contributo e papel do blogue Graciosa Online para a RTP* (Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa). Obtido de https://run.unl.pt/bitstream/10362/7888/2/Trabalho%20de%20projeto_NMPW_FBravo.pdf.

Camponез, C. (2002). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra, Portugal: MinervaCoimbra.

Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distanciamientos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. Em J. C. Correia (Ed.), *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades* (pp. 35- 47). Covilhã. Obtido de labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf.

Camponez, C. (2017). Proposta de novos pactos comunicacionais na era do hiperlocal. Em Jerónimo, P. (Ed). *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital* (pp. 11-26). Obtido de http://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf.

Canavilhas, J. (2001). *Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web*. Comunicação apresentada no I Congresso Ibérico de Comunicação. Obtido de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>.

Canavilhas, J. (2004). *Os Jornalistas Portugueses e a Internet*. Comunicação apresentada no V Congresso Ibero-Americano em Jornalistas na Internet, FACOM, S. Salvador da Bahia, Brasil. Obtido de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>.

Canavilhas, J. (2005). Retrato dos jornalistas online em Portugal. *Livros de Actas – 4º SOPCOM* (pp. 1393-1402). Obtido de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-retrato-jornalistas-online-portugal.pdf>.

Carvalho, J. e Carvalho, A. (2014). Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade. Em Bronosky, M, Carvalho J (Eds.), *Jornalismo e Convergência* (pp. 69-88).

Carvalho, J. (1996). Os media e os poderes locais. Obtido de <http://bocc.ubi.pt/pag/carvalho-ricardo-Media-poder.html>.

Castilho, Carlos (2012) Jornalismo hiperlocal: luz no fim do túnel. Observatório da Imprensa, 13 de março. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/jornalismo-hiperlocal-luz-no-fim-do-tunel/>.

Clark, T. (2013). Can local newspapers survive in the digital age?, artigo publicado em *HoldTheFrontPage*. Disponível em <https://www.holdthefrontpage.co.uk/2013/news/tor-clark-can-local-newspapers-survive-in-the-digital-age/>

Corrêa, V. (2009). Do Impresso ao Digital: Atualizações dos Meios de Comunicação e Implicações Culturais. Obtido de <http://celacc.eca.usp.br/?q=pt-br/celacc-tcc/381/detalhe>.

Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an online Environment. *Gazette*, 61(5), 373-390. Obtido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0016549299061005002>.

Ferreira, A. (2019). “Jornalismo hiperlocal é necessário para combater desertos de notícias e gerar emprego, reforçam palestrantes”, artigo publicado no FENAJ. Disponível em <https://fenaj.org.br/jornalismo-hiperlocal-e-necessario-para-combater-desertos-de-noticias-e-gerar-empregos-reforcam-palestrantes>.

Granado, A. Barbosa, E. (2005). *Weblogs: Diários de Bordo*. Porto, Portugal: Porto Editora.

Jerónimo, P. (2010). A memória da imprensa regional: Análise crítica da preservação e ao acesso de conteúdos digitais. *Páginas a&b*, 5 (série 2), 165-181. Obtido de <https://pedrojeronimo.files.wordpress.com/2010/09/a-memoria-da-imprensa-regional.pdf>.

Jerónimo, P. (2011). O uso do Twitter na imprensa regional, proximidade(s) no jornalismo. *Revista Jornalismo e Jornalistas*, 46, 26-28.

Jerónimo, P. (2012). Origens e evolução do ciberjornalismo de proximidade: o caso da imprensa regional. Em J. C. Correia (Ed.), *Ágora – Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades* (pp. 81-86). Covilhã. Obtido de labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf.

Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de Proximidade: Redações, jornalistas e notícias online* [PDF]. Obtido de http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20151008-201519_ciberjornalismo_pjeronimo.pdf.

Júnior, J. (2011). *O Local fora da pauta: Uma análise dos cadernos de cultura do Correio Popular e do Jornal de Piracicaba* (Dissertação de Mestrado, Faculdade Cásper Libero, São Paulo).

Kovach, B, Rosenstiel, T (2014), *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York. Three Rivers Press.

López García, X. (2017). Realidades e desafios do ciberjornalismo de proximidade. Em Jerónimo, P. (Ed.) *Media e Jornalismo de Proximidade na Era Digital* (pp. 119- 136). Covilhã. Obtido de http://labcom.ubi.pt/ficheiros/201710181743-201710_mediajornalismoproximidade_pjeronimo.pdf.

López García, X. (2002). Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. Em *Comunicação e Sociedade*, 4 (pp. 199-206). Obtido de <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1705>.

Machado, E. (2009). *Os desafios dos jornalistas na produção descentralizada de informações no jornalismo digital*. Palestra apresentada no 17º Encontro Nacional de Jornalistas em Assessoria de Comunicação. Goiás, Brasil.

Miller, C., Stone, Brad. (2009). ‘Hyperlocal’ websites deliver news without newspapers, artigo publicado no *The New York Times*. Disponível em <https://www.nytimes.com/2009/04/13/technology/start-ups/13hyperlocal.html>.

Nielsen, R. K. (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Londres: I.B. Tauris & Co. Ltd.

Paulino, S. (2018). *Jornalismo local na sociedade em rede* (Trabalho de Projeto de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa). Obtido de https://run.unl.pt/bitstream/10362/65291/1/Jornalismo_Local_Sociedade_Em_Rede_S%C3%B3nia_Cabecinhas.pdf.

Pereira, F. (2004). Produção da notícia on-line no CorreioWEB. *EmQuestão*, 10, 905-108. Obtido de <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/85/45>.

Ramonet, I. (1998) *La Tirania de la Comunicación*. Editorial Debate, Madrid.

Ribeiro, J. (2012). *Informação local e regional num jornal de distribuição nacional: o caso do jornal PÚBLICO* (Relatório de Estágio de Mestrado). Universidade do Porto, Porto. Obtido de <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/75372/2/28513.pdf>.

Santos, R. (2017). *O jornalismo local e as novas tecnologias: o caso português* (Trabalho de Projeto de Mestrado em Jornalismo). Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. Obtido de <https://run.unl.pt/bitstream/10362/24922/1/O%20jornalismo%20local%20e%20as%20novas%20tecnologias%20O%20caso%20portugu%C3%AAs%20VERS%C3%83O%20CORRIGIDA%20E%20MELHORADA%20AP%C3%93S%20DEFESA%20P%C3%9aBLICA.pdf>.

Tulha, Ana. (2012). *O jornalismo sentado e a dependência das agências: o caso da secção de Desporto do jornal PÚBLICO* (Relatório de Estágio de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa). Obtido de <https://run.unl.pt/handle/10362/9391>.

Van der Haak, B., Parks, M., Castells, M. (2012). The Future of Journalism: Networked Journalism. *International Journal of Communication*, 6, 2923-2938. Obtido de ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1750/83.

Vieira, S. (2014). *Jornalismo de proximidade e elites locais* (Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa). Obtido de <https://run.unl.pt/bitstream/10362/14456/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Sara%20Vieira.pdf>.

Vidal, A. (2014). *O jornalismo local de distribuição nacional – o caso do PÚBLICO* (Relatório de Estágio de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa). Obtido de <https://run.unl.pt/handle/10362/13583>.

Williams, A., Hartre, D. (2018). Hyperlocal News. Em Witschge, T., Anderson, C., Domingo, D., Hermida, A. (Eds), *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (pp. 280-293). Obtido de <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/the-sage-handbook-of-digital-journalism/book244110#contents>.

ANEXOS

Entrevista a Ana Fernandes, editora da secção Local do jornal PÚBLICO

No mundo global em que vivemos, faz sentido continuar a apostar no jornalismo local? Porquê?

Precisamente porque o jornalismo de proximidade suscita interesse, é o que está próximo das pessoas. Há uma tendência de abandono, mas há muitas notícias do Local que suscitam leitura: mudanças na cidade, nas ruas. É um jornalismo com mais rostos, dá conta de vidas como as nossas, em ruas como as nossas, em cidades como as nossas.

Sente que há uma maior importância atribuída às histórias das cidades do Porto e de Lisboa?

Há uma maior dificuldade em chegar a alguns pontos que não tenham correspondentes, mas o Alentejo está bem coberto, o Minho está bem coberto. Claro que há muito menos recursos, o país está menos coberto, e as redações [do Porto e Lisboa] estão reduzidas à sua ínfima expressão.

Tem vindo a notar uma tendência para um jornalismo que se faz cada vez mais dentro das redações?

Têm-se feito reportagens. O Local é a secção que mais vai para a rua, mais anda nos transportes. Notou-se claramente a diferença na pandemia, mas fomos os que andámos mais na rua. Claro que não andámos tanto quanto desejávamos. Com a falta de recursos, surgiu a telereportagem: foram feitas na mesma, usámos e abusámos disso, mas continuámos no registo de dar voz às pessoas, de falar com as pessoas. Nós idealmente vamos aos sítios, fazemos, sim, algumas entrevistas ao telefone, mas não ligamos a uma aldeia a perguntar como se está a viver o confinamento.

Qual é que considera ser a razão pela qual o jornalismo local está a decair?

A menor aposta deve-se à escassez de recursos. Os jornais vivem momentos de aperto. Eu sou a única editora do Local. Eu conheço Lisboa, mas relativamente ao Porto, estou dependente das pessoas que o conhecem. Não vivo lá, não sinto a cidade, o pulsar da cidade. Por questões de poupança, o Local tem cada vez menos espaço, às vezes vejo-me reduzida a uma página. Já aconteceu nem sequer ter uma página. Vivemos em tempo de escassez, a crise do jornalismo é anterior à crise de 2008.

Como era antes, quando começou a exercer a profissão?

Nada a ver. O jornal era um megajornal, com imensos recursos. O Local era um caderno autónomo — tinha mais gente que a Sociedade —, era um jornal dentro do jornal. Em termos tecnológicos, não havia Internet, também por isso havia mais rua e mais contacto.

A Internet também justifica esta decadência?

A Internet ajudou-nos e prejudicou-nos. Abriu-nos o mundo, mas o jornalismo passou a ser descartado, as pessoas acham que lhes é suficiente a informação da Internet, não é preciso filtragem. Vem muito daí. Não tem a ver com o Local. Continuamos a fazer a mesma coisa. O acesso às pistas sobre notícias, isso foi positivo, antes estava horas a ver jornais regionais, porque não estava disponível *online*. Agora é mais fácil e simultaneamente menos fácil, o fluxo de notícias é tão grande — há coisas que ficam escondidas. Em todas as secções, há coisas que ficam escondidas. O Interior de Portugal não é um “ás”, desaparecem, compete-nos dar voz a essa gente, às vezes não surgem. A história do Zé da Esquina fica escondida, porque a avalanche é enorme, mas, quando as histórias valem por si, o leitor também as sabe procurar

Entrevista a Abel Coentrão, jornalista da secção Local do jornal PÚBLICO

Considera que tem havido um progressivo desinvestimento na secção Local?

Quando apareceu, o PÚBLICO tinha uma liderança na região Centro, onde tinha uma delegação. Tinha uma delegação em Braga, em Vila Real, em Coimbra, em Aveiro. Tinha uma rede de correspondentes mais capilar, acolhia várias regiões do país, se bem que não como o Jornal de Notícias, nem como o Correio da Manhã. Em 2002, quando entrei, a edição Minho foi uma tentativa de fazer um “zoom in” ao Minho — tinha as cidades de Braga, Guimarães, Famalicão, Viana... e depois a edição do Centro (a partir de Coimbra, reforçando equipas), tinha capilaridade em Guimarães, com o Victor Ferreira a surgir no radar do PÚBLICO. Entretanto, o jornalismo já estava em quebra, mas eram tempos diferentes, o *online* contava muito pouco ainda. O Local é uma secção, por não ter abrangência e visibilidade, em que ninguém se sente eternamente feliz. Por cansaço. A agenda também tem mudado. Fez-se a experiência do alargamento, a coisa não correu bem em termos de vendas. O jornal estava em quebra... isto tem a ver com os orçamentos, o jornal perdeu com o mundo todo, teve de ir cortando. O Local deixou de ser caderno, foi reduzido a quatro páginas, agora são só duas e há dias em que não sai... quando se analisam prioridades, o Local perde.

O hiperlocal poderia ser uma forma de cobrir determinados territórios aos quais o PÚBLICO não consegue chegar?

O hiperlocal faz sentido mais tarde, com a moda do jornalismo de cidadão. Uma moda muito em paralelo com os blogues, que ainda hoje subsiste. Tínhamos muito essa ideia de abrir alguma coisa. Tivemos a ideia do “Olho na rua” (a partir de notas que as pessoas mandavam), chegámos a querer incluir o trabalho do blogue “Baixa do Porto”. Podia ser uma maneira de alimentar algumas das estórias grandes — a ideia foi discutida no início da segunda década. Chegámos a fazer uma ou outra coisa: no *online*, temos um agregado de notícias de órgãos regionais, mas não tens seleção, não tens tematização, falta ali a mão de um editor. É uma ferramenta interessante, vais a uma escala micro, mas o jornalismo local nunca foi uma grande prioridade. Eu não sei se houve alguma tentação de acabar com os dois cadernos, mas o jornal nasceu com os dois, seria trair a matriz nacional. O desinvestimento é notório, as equipas são

reduzidas. O Local foi dos que perdeu mais espaço e mais pessoas, deixou de ter um editor em cada polo...

A hipótese do hiperlocal hoje seria viável?

Seriam preciso jornalistas e editores sérios para desenvolverem os temas. O *Facebook* trouxe a participação nas redes sociais, mas não tem arrumação. Há uma vontade imensa das pessoas de participarem na vida das comunidades, especialmente com a disseminação da ideia do *think global/act local*. Agora, quem faz isso? A nossa formação, enquanto jornalistas, continua a ser relevantíssima, o impacto de uma notícia à escala global é imenso: pode destruir a vida de um vizinho, de um transeunte... O jornalismo local carece de cuidado, de um grande trabalho de moderação e também, no fundo, de preparação para determinar que tipo de abordagem é que se pode dar à vida quotidiana da comunidade. O hiperlocal podia ser um espaço de discussão franca e educada sobre o futuro da comunidade, podia responder a questões como “o que é que nós queremos ser, o que é que nós podemos fazer?”. Tem de haver uma maior cultura de participação, de abertura à sociedade civil, às decisões e ao futuro das comunidades. Acredito que haverá condições melhores para que haja espaços de debate franco, sem receios, nas comunidades, e isso junto com o resto daria claramente para criações de comunidades jornalísticas hiperlocais. Para além disso, a imprensa local sofre de um problema: o fenómeno da autocensura, da institucionalização do jornalismo. Pratica-se o jornalismo de um Portugal sentado, dependente do “vai-se anunciar, estamos lá, vai-se apresentar”, o que leva a dezenas e dezenas de olhares enviesados do poder do momento... supostamente é jornalismo, devia fazer mediação, mas há dependência económica. O hiperlocal podia intervir aqui: podíamos ter a moderação ancorada num jornal nacional, tinha algumas possibilidades.

Entrevista a Paulo Pimenta, fotojornalista do jornal PÚBLICO

Nos últimos tempos, tem notado uma tendência de sedentarização do jornalismo?

Sim, faço menos reportagens, há menos recursos, há menos gente. As redações reduziram o pessoal e, como é óbvio, as pessoas passam mais tempo na redação.

Para que secções faz mais reportagens?

Local, Sociedade e Cultura.

Considera o jornalismo local importante na era da globalização?

É um jornalismo de aproximação, por isso é importante. É importante estarmos informados relativamente ao que se passa na nossa terra e, como é óbvio, é aqui que se fazem grandes reportagens na cidade. É um jornalismo mais localizado e pode ter muitos temas: mais político, mais social, mais cultural. É importante haver o lado local num jornal nacional. Por exemplo, para uma pessoa do Porto ou de Lisboa que está emigrada nos EUA, só terá de ir à Internet para ver uma reportagem sobre a sua comunidade, ter informação sobre a sua terra.

Há uma grande concentração das reportagens nas cidades Porto e Lisboa?

O pessoal está concentrado no Porto e Lisboa. Com as pessoas focalizadas no seu Local-Porto ou Local-Lisboa, acabas por não ter pessoas para outras áreas, e, se não houver investimento na secção do Local, para fazer uma reportagem fora das grandes cidades é mais complicado, tem elevados custos. Há essa dificuldade em que haja outros cenários, outros sítios. Dantes, o PÚBLICO tinha quatro locais diferenciados: Porto, Lisboa, Coimbra e Braga.

O trabalho dos correspondentes noutras áreas é suficiente?

Não é suficiente. É preciso mais investimento. O ideal era ter mais gente para se escreverem mais histórias, mais reportagens de fundo. Hoje vivemos em função da Internet e do imediato — o estar ao minuto. É outro tempo.

Entrevista a José Pedro Tenreiro, membro do Fórum Cidadania Porto

Porquê a formação do Fórum Cidadania Porto?

Eu não estou desde o início. Eu entrei para o Fórum no verão de 2017. O Fórum já existia há algum tempo. Mas, a certa altura, foram entrando várias pessoas relacionadas com o património: historiadores, arquitetos, restauradores. Foi a partir daí que o Fórum conseguiu alguma expressão pública. Dias antes de eu entrar, ou seja, eu e muitos outros, começou a haver uma grande iniciativa em relação a um pedido de classificação de preservação da casa onde morou Guilhermina Suggia, na rua da Alegria.

O Fórum Cidadania Porto não foi o primeiro, há vários. A razão pela qual se criou é simples: durante alguns anos, verificou-se que os organismos competentes de gestão, preservação e manutenção de vários domínios na cidade não estavam a fazer aquilo que deviam, não estavam a tentar preservar e manter. No Porto, esta situação era flagrante. Conseguimos transformações, entre o verão de 2017 e o inverno-primavera de 2019. Apesar de tudo, esmorecemos atividade, e um dos motivos é que, a nível de destruições e questões gravosas, o mal feito foi resolvido.

Os membros do Fórum têm consciência de que, de certa forma, estão a fazer jornalismo de cidadão?

Sim, eu pelo menos sim. E acho que mais lá dentro, sim. O grupo é muito heterogéneo. Eu dava conta disso, precisamente porque geralmente era eu que falava com a agência Lusa, o PÚBLICO, a TSF. Estamos a fazer uma monitorização em tempo real do que se passa na cidade.

Como funciona o vosso blogue?

Só tive de atualizar o blogue duas vezes, mas sempre houve uma manutenção das plataformas digitais. No *Facebook*, há uma gestão do que é feito para cada publicação, a página é uma transposição direta do que se passa no blogue.

Acredita que conseguem chegar a muitos portuenses?

Tem sido um processo com avanços e recuos, mas conseguimos chegar a um amplo grupo de pessoas. Como é uma discussão não tão urgente, temos a participação de pessoas que nunca trabalharam com o Fórum e que assinaram cartas, houve alguma aceitação e reconhecimento a pessoas atentas. Para além disso, à conta da divulgação pública, notou-se que há vontade em estar a par do que nós fazemos.

Considera este tipo de iniciativas importantes para as cidades?

Sim, mas é possível porque é no Porto. Eu sou de uma cidade no Interior, Viseu, onde as coisas são diferentes. Há uma falta de grupos, de uma imprensa local com o seu peso... Eu tentei fazer algumas coisas lá e até falei com uma jornalista do PÚBLICO, mas a jornalista não tinha nada a que se agarrar para escrever. O Interior está muito esquecido... Uma cidade mais pequena no Litoral, por exemplo Espinho, a nível de importância regional, consegue ter mais expressões por parte de cidadãos...

Como deve ser colmatado este contraste entre Litoral e Interior?

Na prática, o que devia (o que é possível) era haver nos jornais locais mais espaços de opinião, colunas de texto, cartas... alguns têm, mas às vezes são espaços constrangidos. A opinião devia ser mais fomentada, devia haver menos medo de expor uma crítica. Mas o problema também é que os jornais do Interior geralmente dependem das publicidades, e até do financiamento das Câmaras, existe alguma dificuldade em contrariar ou em fazer coisas que possam parecer menos elegantes, a crítica é sempre vista como algo negativo. É difícil haver um Fórum Cidadania em Viseu... o Porto consegue agregar um número relativamente grande de pessoas, em Viseu, há poucas pessoas, há pouca coisa a acontecer, os jornais são poucos, os jornais têm medo...